

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia yang awalnya berkehidupan dengan kesederhanaan kini menjadi kehidupan yang bisa dikategorikan sangat modern. Di jaman yang semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi saat ini, segala sesuatu dapat diselesaikan dengan cara-cara yang praktis. Teknologi informasi dan komunikasi adalah sesuatu yang bermanfaat untuk mempermudah semua aspek kehidupan manusia. Dunia informasi saat ini seakan tidak bisa terlepas dari teknologi. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh masyarakat menjadikan dunia teknologi semakin lama semakin canggih. Dunia informasi saat ini seakan tidak bisa terlepas dari teknologi. Penggunaan teknologi oleh masyarakat menjadikan dunia semakin lama semakin canggih. Komunikasi yang dulunya memerlukan waktu yang lama dalam penyampaiannya, kini dengan teknologi segalanya menjadi sangat cepat dan seakan tanpa jarak.

Teknologi informasi adalah teknologi yang digunakan untuk menyimpan, menghasilkan, mengolah, serta menyebarluaskan informasi. Teknologi juga berperan penting pada menyampaikan suatu informasi media, dikarenakan informasi akan lebih menarik jika di kombinasikan dengan multimedia yang menarik. Penerapan Multimedia di perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya aktivitas promosi. Aktivitas promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, public relation dan penjualan langsung termasuk penjualan lewat internet. Kelebihan multimedia menarik indera dan menarik minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan.

Untuk saat ini banyak sekali iklan dengan memanfaatkan teknologi namun tidak memperhatikan kepentingan pada kerapian dan kreativitas yang baik seringkali hanya membuat iklan atau aktivitas promosi yang seadanya dan mengakibatkan target dari iklan yang dituju tidak sampai pada targetnya.

Susu Segar Shi boss adalah usaha yang bergerak pada sektor kuliner dengan sasaran utama adalah anak muda yang mana merekannya dalam generasi yang sangat dekat dan aktif menggunakan teknologi dan aktif di dunia media sosial. Dalam penelitian yang dilakukan di objek penelitian Susu Segar Shi boss ditemukan kendala bahwa upaya promosi kurang maksimal. Pihak Susu Segar Shi boss telah mempromosikan produknya, tetapi hasil yang diharapkan kurang maksimal. Upaya yang dilakukan pihak Susu Segar Shi boss melalui brosur di rasa kurang maksimal. Susu Segar Shi boss belum memiliki media promosi iklan berbasis video dan hanya memiliki sarana promosi melalui Instagram.

Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul

“Perancangan Dan Pembuatan Iklan Susu Segar Shiboss Yogyakarta Dengan Live Shoot Dan Motion Graphic”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat iklan social media Instagram pada Susu Segar Shi boss menggunakan teknik live shoot dan motion graphic sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di Susu Segar Shi boss Jl. Selokan Mataram Cepit Baru Depok Sleman Yogyakarta.
2. Software yang digunakan adalah, Adobe Illustrator CS6, Adobe After Effect CS6 dan Adobe Premier Pro CS6.
3. Video iklan ini menggunakan metode live shoot dan motion graphic
4. Durasi iklan 60 detik.
5. Publikasi iklan pada akun social media Susu Segar Shi boss (@sususegar.shiboss).
6. Resolusi video iklan ini 1920 x 1080 pixel.
7. Video ini berformat MP4.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Merancang dan membuat iklan sesuai kebutuhan objek penelitian agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.
2. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang menu baru di obyek penelitian melalui media sosial
3. Sebagai salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan program Sastra I pada program studi sistem informasi pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian antara lain :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan portofolio dalam menerapkan ilmu yang didapatkan dan dipelajari pada kegiatan pembelajaran di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA pada bidang IT dan Multimedia.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa yang menjadikan penelitian ini sebagai referensi penelitian.

3. Bagi Rumah Susu Segar Shilboss Yogyakarta

Hasil penelitian ini di harapkan dapat membantu mempromosikan produk minuman kepada masyarakat.

4. Bagi Masyarakat Luas

Penjelasan ini di harapkan dapat memberikan informasi produk Minuman Susu Segar Shi Boss Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan video iklan ini adalah sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan komunikasi langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terbuka agar diperoleh informasi yang lengkap, mendalam serta berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal.

2. Metode Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Peneliti terjun langsung ke tempat atau lokasi penelitian untuk menggali data-data yang ada di lapangan dengan pengamatan, baik pengamatan secara partisipatif maupun non partisipatif.

3. Metode Literatur

Mengumpulkan data melalui internet, buku dan jurnal skripsi sebagai referensi

1.5.2 Metode Perancangan

Pada metode ini memiliki beberapa tahapan yaitu sebagai berikut :

1. Pra Produksi, Identifikasi masalah atau kebutuhan, Sinopsis, *Treatmen* dan *Screenplay*.
2. Produksi, Melakukan *shooting* sesuai rancangan kemudian melakukan rekaman audio sebelum melakukan editing agar penulis dapat mengetahui batasan setiap *scene* video.
3. Pasca Produksi, Memeriksa hasil sementara setelah editing berupa sinkronisasi antara audio dan visual, dan render berupa video berformat MP4

1.5.3 Metode Pengembangan

Tahap ini merupakan dilakukannya pemeriksaan kembali hasil sementara produksi dan pra produksi agar diketahui kesesuaiannya dengan konsep dan kebutuhan video iklan dan menentukan hasil untuk dapat melakukan tahap pasca produksi (editing).

1.5.4 Metode Evaluasi

Metode Evaluasi merupakan kegiatan untuk melihat sejauh mana video tersebut telah dibuat. Dari metode ini diperoleh informasi tingkat keberhasilan video tersebut apakah berhasil atau tidak.

1.6 Sistemasi Penelitian

Agar penyajian laporan penelitian ini dapat di mengerti maka di bagi menjadi beberapa bab, yaitu :

Bab pertama merupakan bagian yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian, manfaat penelitian. Di mana latar belakang masalah berisi tentang alasan perlunya dilakukan penelitian dan juga mengandung inti dari permasalahan yang akan diangkat topik dalam penelitian sehingga akan menghasilkan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan.

Bab kedua ini menjelaskan tentang telaah pustaka, landasan teori, kerangka berpikir dan hipotesis. Dimana telaah pustaka di dalamnya berisikan teori dan hasil penelitian terdahulu dimana dengan adanya telaah pustaka akan memperkuat data dan informasi dari penelitian dalam landasan teori. Selain itu, dalam bab ini juga dilakukan untuk orisinilitas keabsahan dengan penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus penelitian ini konsep dasar pembuatan iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, dan tahap pra produksi

Pada ketiga ini berisi profil objek penelitian, pembahasan mengenai ide cerita, naskah, *storyboard*, dan Analisa mengenai pasca produksi.

Pada Keempat ini membahas proses tahapan pembuatan iklan Susu Shi Bos, meliputi tahap produksi, pasca produksi dan implementasi hasil penelitian.

Bab kelima berisi kesimpulan berupa pernyataan singkat dan akurat dari hasil pembahasan. Kesimpulan menjawab permasalahan dan tujuan penelitian yang telah disusun. Dan saran disampaikan untuk kepentingan pengembangan riset selanjutnya atau perbaikan terhadap hal-hal yang ditemukan sehubungan dengan hasil penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait

Daftar Pustaka berisi daftar sumber-sumber data penelitian yang digunakan referensi dalam penyusunan skripsi.

