

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini teknologi informasi sudah semakin berkembang, kebutuhan akan informasi yang berkualitas sangat diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bidang periklanan khususnya media periklanan pada instagram.

Dalam sebuah periklanan, tentulah sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif dan tepat untuk menyampaikan informasi tentang nama perusahaan dan suatu produk baik jasa ataupun barang. Pada media periklanan instagram sendiri dapat mencakup lima unsur multimedia di dalamnya, yaitu : video, gambar, audio, text, dan animasi. Sehingga periklanan instagram dapat disebut dengan media periklanan yang komunikatif dan efektif pada masa kini dibandingkan dengan media cetak, televisi, radio ataupun koran.

Berdasarkan artikel yang ditulis Intan yang berjudul "Penggunaan Video Sebagai Media Promosi Efektif di Tahun 2016 dan Tahun Mendatang" menyebutkan bahwa video sebagai *medium* sedang hangat-hangatnya diperbincangkan dalam konteks hiburan, seni, termasuk promosi dan pemasaran. Tren konten video juga diperkirakan akan berlanjut pada tahun ke depan. Ditambahkan dalam artikel tersebut seberapa besar pengaruh konten video terhadap perilaku seseorang saat berbelanja online, 64% pengunjung akan lebih tertarik membeli produk online setelah menonton branded video, 90% calon pembeli mengatakan kalau video produk sangat membantu dalam proses pengambilan keputusan, 100% peningkatan konsumsi mobile video tiap tahunnya, 92% konsumen mobile video membagikannya ke orang lain, 85% pengunjung akan bertahan lebih lama jika situs tersebut menampilkan video yang benar. Fitur video dapat digunakan dengan cara disebarluaskan melalui media sosial seperti Instagram,

Facebook dan lain sebagainya demi meningkatkan brand awareness dan omset[10].

Permasalahan yang dihadapi Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh yaitu dari segi promosi yang sudah ada namun owner menginginkan untuk menambah promosi dalam bentuk video untuk memperkenalkan kafe tersebut lebih detail dan menarik pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian dan penyusunan skripsi ini dibuat dengan judul "Pembuatan Video Iklan sebagai Media Promosi Instagram Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh Menggunakan Teknik Live Shoot dan Seni Sinematografi"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan atau diselesaikan pada penelitian/perancangan ini yaitu "Bagaimana membuat video iklan instagram Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh menggunakan teknik Live Shoot dan Seni Sinematografi?"

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang diuraikan penulis membatasi permasalahan dalam pembuatan skripsi.

1. Video iklan meliputi produk dan tempat Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh.
2. Teknik yang digunakan untuk pembuatan iklan Live Shoot dan Sinematografi.
3. Video Iklan tayangkan di media sosial Instagram Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh berdurasi 60 detik.
4. Video iklan ini akan diserahkan kepada Owner Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah:

1. Membuat video promosi iklan Instagram untuk Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh menggunakan teknik Live Shoot dan Seni Sinematografi.
2. Mempermudah Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh untuk memperkenalkan produk dan tempat perusahaan kepada masyarakat luas melalui instagram.
3. Membantu meningkatkan angka penjualan produk di Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh.
4. Memberikan sarana media informasi dan promosi dalam bentuk Video yang menarik, efektif, dan efisien dalam pemberian informasi.
5. Sebagai syarat kelulusan Strata 1 (S1) pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penyusunan penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis
 - a) Untuk menerapkan disiplin ilmu dan teknologi dalam penyampaian informasi sekaligus promosi Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh melalui video iklan.
 - b) Dapat berbagi pengalaman melalui proses pembuatan iklan.
 - c) Sebagai syarat kelulusan Strata 1 (S1) pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2. Bagi Objek
 - a) Dapat membantu dalam meningkatkan penjualan produk Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh.
 - b) Sebagai bentuk video yang dapat memperkenalkan Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh kepada masyarakat luas.
3. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta
 - a) Dapat menjadi acuan untuk penelitian lebih lanjut, terutama penelitian yang berkaitan dengan perancangan pembuatan video iklan.

1.0 Metode Penelitian

Untuk memudahkan proses penelitian, peneliti membagi metode penelitian menjadi bagian dalam pengolahan data dan informasi yang digunakan untuk penyusunan skripsi ini, antara lain :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengamati dan menentukan poin-poin penting yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara kepada pemilik Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh untuk mengetahui data dan hal apa saja yang perlu dicantumkan dalam pembuatan iklan Instagram.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis digunakan untuk melakukan analisa data yang akan didapatkan dari penelitian yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaan, sehingga mendapatkan hasil video yang maksimal. Dengan uraian diatas penulis menggunakan metode analisis SWOT untuk melakukan penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

a. Ide Cerita

Suatu bentuk diskusi dalam rangka menghimpun gagasan, pendapat, informasi, pengetahuan dan pengalaman sehingga menghasilkan ide-ide yang kreatif

b. Storyboard

Merupakan jalan cerita dari iklan Instagram dalam bentuk gambar dengan pengorganisasian grafik. Contohnya adalah deretan ilustrasi atau gambar yang ditampilkan berurutan untuk keperluan visualisasi awal.

c. Editing

Proses pengelolaan dan pemilihan gambar yang paling sesuai dengan storyboard seperti penambahan efek-efek visual, penggabungan video, pemotongan video, pengelolaan suara dan sebagainya.

d. Produksi

Proses ini merupakan tahap yang telah dilakukan sebelumnya. Memproduksi sistem multimedia yang dibagi dalam 3 tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.6.4 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video untuk menentukan kelayakan penyangan pada sosial media atau media lainnya yang sesuai dengan kewenangan dari pihak Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian yang dibuat agar dapat memberikan penyajian laporan yang mudah dimengerti dan terstruktur. Dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab dimana masing-masing bab terdiri dari sub-sub tertentu yang saling berkaitan, sehingga setiap bab saling melengkapi dan berhubungan satu sama lain. Berikut adalah uraian singkat dari sistematika penelitian ini :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori dan referensi yang berhubungan dengan pembahasan pada tema yang diambil.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan bagaimana analisis terhadap permasalahan yang ada dan perancangan video mulai dari pembuatan alur cerita sampai tahapan produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bab yang membahas tentang implementasi pembuatan video iklan mulai dari pra produksi, produksi hingga tahapan pasca produksi serta penerapan video promosi yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulannya dan saran yang ada pada skripsi.

