

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Toko Asia Baru berdiri sejak tahun 1821 dan terletak di Jl.Urip Sumoharjo No.28 (50) Sudiroprajan, Jebres, Solo, Surakarta 57121 merupakan toko retail yang menyediakan kebutuhan rumah tangga dan perlengkapan lainnya untuk warga Solo dan sekitarnya. Sudah 200 tahun lamanya berdiri, pada awalnya Toko Asia Baru hadir dengan nama Toko Asia yang terletak di Pasar Gede Solo tepatnya no 4-7. Untuk saat ini Toko Asia Baru dipimpin oleh Teguh Suwanto yang merupakan generasi ke-3 dari pendiri Asia Baru. Target utama Asia Baru adalah para keluarga, seiring perkembangan jaman toko Asia Baru melebarkan jangkauannya untuk segmen yang lebih muda, seperti mahasiswa yang ada dikota solo.

Masa kini banyak cara yang bisa dilakukan untuk berbelanja, beberapa konsumen memilih untuk belanja secara online melalui *e-commerce* dibanding berbelanja langsung. Menurut data survey databoks, masyarakat lebih suka berbelanja secara langsung seperti di Supemarket dengan 34.3% , Pasar Tradisional sebanyak 20.05% , Warung Kelontong 16.35% , Swalayan 15.2 % , dan E-commerce 13,65% (Rizaty, Tempat Belanja Kebutuhan Rumah Tangga Bulanan Responden (2022), 2022). Tren belanja online hampir menyentuh angka berbelanja melalui swalayan. Hal inilah mengapa Swalayan Asia Baru Solo perlu meningkatkan ketertarikan agar masyarakat tetap belanja kebutuhan rumah tangga secara *offline* (Monavia Ayu,2022)

Seiring perkembangan zaman dan tren belanja online yang meningkat, Toko Asia Baru Solo dituntut agar lebih kreatif dalam hal promosi dan media iklan untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk berbelanja langsung. Hal ini dapat dilakukan oleh tim sosial media Toko Asia Baru Solo yang sudah mendapatkan wewenang, termasuk hak akses akun instagram dan sosial media lainnya milik Asia Baru Solo. Dalam hal ini yang juga perlu untuk mendapat perhatian adalah

pengaturan cara pembuatan iklan level video untuk sosial media, Toko Asia Baru perlu merancang ide dan metode baru untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat sekitar. Hal ini sangat dibutuhkan untuk Toko Asia Baru agar bisnis bisa terus maju dan berkembang dengan pembuatan iklan video promosi.

Terakhir akan dijelaskan mengapa teknologi yang dipilih yaitu video iklan dengan menggunakan metode live shoot merupakan teknologi yang tepat sebagai solusi untuk penyelesaian masalah. Toko Asia Baru Solo menjual berbagai macam produk seperti roti, pakaian, peralatan rumah tangga, dan kebutuhan sehari-hari. Produk-produk ini memerlukan promosi yang tepat seperti video iklan yang menarik agar bisa menjangkau seluruh penjualan. Oleh karena itu tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk mempermudah Toko Asia Baru Solo dalam melebarkan jangkauannya hingga tepat sasaran dan konsumen yang ditargetkan bisa dengan mudah berbelanja di Toko Asia Baru Solo. Video promosi iklan yang dimaksud untuk Toko Asia Baru Solo adalah video dengan metode live shoot yang mana Teknik dalam pengambilan gambar dilakukan secara langsung sehingga hasilnya nyata tanpa rekayasa dan akan melalui proses editing untuk menyempurnakan hasil video.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti akan melakukan penelitian dengan Judul : **Pembuatan Iklan Video Penjualan Produk di Swalayan Asia Baru Solo Menggunakan Teknik Metode Live Shoot**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah “Bagaimana pembuatan iklan video penjualan produk di swalayan asia baru solo menggunakan metode *live shoot*?”

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah penulis membatasi ruang lingkup masalah ke dalam lingkup yang lebih kecil agar pembahasan lebih terfokus dan tidak menyimpang, maka batasan masalahnya yaitu:

- Iklan dibuat untuk media promosi dan informasi Toko Asia Baru Solo.
- Pembuatan iklan menggunakan Teknik *live shot*
- Hasil video iklan akan di upload pada akun media sosial Toko Asia Baru, Iklan berdurasi maksimal 1 menit, Resolusi Full HD dengan *frame* 1920x1080
- Membuat video dengan menggunakan *software Adobe Premiere, Adobe After Effect.*

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

- Tujuan penelitian ini adalah membuat iklan video menggunakan metode *live shoot* untuk kebutuhan promosi Toko Asia Baru Solo.
- Memberikan informasi produk yang tersedia di Toko Asia Baru Solo kepada masyarakat setempat melalui promosi di media sosial.
- Tujuan berikutnya dalam pembuatan penelitian ini adalah untuk memberikan promosi yang efektif serta relevan kepada Toko Asia Baru Solo.
- Penelitian ini juga bertujuan untuk memaksimalkan komponen multimedia dalam proses pembuatan iklan video.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat dari penelitian ini adalah :

- Bagi Peneliti:
 - Menambah kreativitas peneliti dalam sebuah proyek pembuatan iklan video menggunakan metode *live shoot.*

- Melakukan praktek pada bidang Multimedia dilapangan agar sejalan dengan teori yang dipelajari selama kegiatan belajar di Universitas Amikom Yogyakarta
- b. Bagi Objek Penelitian :
- Iklan Video ini sebagai bentuk promosi untuk memperluas jangkauan agar Toko Asia Baru Solo lebih dikenal konsumen.
 - Metode *live shoot* merupakan metode yang cocok dimasa kini yang akan membuat konsumen lebih tertarik untuk berbelanja di Toko Asia Baru Solo.
- c. Bagi Mahasiswa :
- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pengetahuan bagi mahasiswa yang melengkapi penelitian selanjutnya serta sebagai bahan referensi penelitian.

1.6 Metode Penelitian

Berikut adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam pengerjaan tugas akhir .

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab kepada pemilik Toko Asia Baru Solo untuk mengetahui tentang permasalahan yang akan diteliti.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melihat langsung produk-produk di Toko Asia Baru Solo untuk dijadikan objek *live shoot* serta mempelajari video *live shoot* sebelumnya untuk memperoleh referensi pembuatan dalam penelitian.

3. Studi Literatur

Metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan data pada buku, internet serta buku elektronik (*e-book*) yang dapat memberikan informasi secara akurat untuk pengumpulan data.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan dilakukan untuk merancang konsep video iklan sesuai kebutuhan dari Toko Asia Baru.

Metode Perancangan

1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi peneliti harus menyiapkan bahan untuk mendukung produksi kedepannya. Mulai dari menyiapkan naskah dan *story board*.

2. Produksi

Pada tahap produksi peneliti akan melakukan penerapan yang telah dirancang pada tahap pra produksi seperti pengambilan video secara *live shoot*.

3. Pasca Produksi

Pada tahap ini peneliti akan melakukan tahapan *compositing*. Peneliti akan mengkomposisikan hasil dari tahap produksi.

1.6.3 Metode *Testing* dan Implementasi

Pada tahap ini peneliti akan meng-*upload* hasil video iklan yang telah di buat pada sosial media milik Toko Asia Baru Solo.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini berisi beberapa bab untuk memudahkan pembaca memahami isi penelitian ini, yaitu :

Bab I berisi : latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan. Bab pertama ini merupakan bab pendahuluan yang menjelaskan latar belakang serta alasan perlunya penulis membuat penelitian ini, kemudian rumusan masalah yang mendasari penelitian, serta batasan masalah agar penelitian ini terfokus pada rumusan masalah dan juga agar tercapai tujuan penelitian yang tepat sasaran.

Bab II berisi : landasan teori dan hasil penelitian sejenis yang pernah dilakukan sebelumnya serta referensi untuk menunjang penelitian ini. Sehingga penelitian ini melengkapi penelitian yang belum ada sebelumnya dan untuk menguji keabsahan penelitian ini. Teori yang digunakan adalah teori multimedia, teknik live shoot.

Bab III berisi : metodologi penelitian yang digunakan untuk pengkajian objek penelitian. Metode penelitian yang digunakan berupa metode pengumpulan data dan metode perancangan sehingga proses penelitian sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Bab IV berisi : pembahasan yang akan berisi alur proses tahapan pembuatan iklan video, implementasi metode yang digunakan, testing, dan hasil akhir dari pembuatan iklan video. Kemudian iklan video tersebut akan memasuki proses hasil uji coba hingga finalisasi.

Bab V berisi : penutup yang meliputi kesimpulan dari bab pembahasan dan menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian ini. Kesimpulan ini juga mendeskripsikan hasil akhir penilaian pembuatan iklan video. Selain itu pada bab ini akan berisi saran dan perbaikan untuk kepentingan penelitian selanjutnya yang relevan dengan perkembangan zaman.