



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam membuat sebuah video iklan, terdapat tim yang harus bekerja sama untuk menghasilkan sebuah video yang baik. Dalam tim tersebut terdapat produser, sutradara, penulis, dan berbagai anggota tim kreatif lainnya. Produser sebagai salah satu kepala produksi harus memahami keseluruhan dari proyek yang dikerjakan olehnya. Turman (2005), mengatakan bahwa produser adalah orang yang memulai suatu proyek serta memastikan proyek itu berjalan dengan baik. Menurutnya produser tidak hanya mengatur waktu dan jadwal, tetapi ia juga harus mencari sebuah ide yang menarik. Produser bertanggung jawab atas kelancaran dari proyek yang dimilikinya, baik saat pra produksi, produksi, pasca produksi, bahkan hingga proyek selesai.

Sebagai produser, penulis harus mampu mencari jenis video yang efektif dalam pembuatan video iklan untuk Tetsin Mochi Mochio 7M. Tetsin Mochi Mochio 7M adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang makanan. Tetsin Mochi Mochio 7M bergerak pada penjualan mochi dengan berbagai rasa. Menurut penulis penting bagi Tetsin Mochi Mochio 7M untuk mengembangkan pemasaran di dunia digital. Sehingga dapat dilihat bahwa YouTube merupakan media *streaming* digital yang tepat untuk pemasaran video-video yang dibuat. Untuk memberikan daya tarik lebih bagi video ini, penulis dan tim mengambil keputusan untuk membuat video dengan jenis interaktif.

Video interaktif adalah video yang memberikan penonton kemampuan untuk berinteraksi dengan video saat menonton, di mana terdapat sebuah area yang dapat dipilih untuk melakukan sebuah aksi tertentu (Christensson, 2011). Bila dilihat belakangan ini, terdapat ketertarikan penonton bagi video interaktif. Sebuah film dengan konsep interaktif yang sangat populer beberapa waktu yang lalu adalah “Black Mirror: Bandersnatch”. Dalam film tersebut penonton dapat memilih jalan cerita ketika menonton melalui media *streaming* digital Netflix. Kemampuan tersebut adalah salah satu fungsi dari konsep interaktif yang dapat dimanfaatkan bagi video iklan.

Namun dalam melakukan perancangan video tersebut terdapat hal lain yang harus diperhatikan. Penulis harus memahami siapa penonton yang dituju dalam video interaktif yang dibuat. Honthaner (2010) mengatakan bahwa terkadang perlu dilakukan *preview* karya yang telah dibuat kepada *audience*. Ia berpendapat bahwa diperlukan *audience* yang sesuai dalam melakukan *preview* tersebut. Menurutnya melakukan *preview* atau riset dapat memberikan masukan bagi pembuat karya dan memberikan kemampuan untuk pembuat karya menilai karya dan mengetahui tentang targetnya (hlm. 468). Oleh karena itu penulis melakukan analisis *audience experience* terhadap video interaktif untuk “Tetsin Mochi Mochio 7M”. Penulis ingin memastikan bahwa aspek-aspek dari *audience experience* sudah dipenuhi, sehingga video ini sudah layak untuk ditayangkan kepada masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana analisis *audience experience* terhadap video interaktif untuk “Tetsin Mochi Mochio 7M”?

1.3. Batasan Masalah

Penulisan ini memiliki beberapa batasan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara *interview*.
2. Penilaian *audience experience* berdasarkan teori milik Radbourne, Glow, dan Johanson.
3. Analisis video berdasarkan teori milik Zeeman pada elemen *reward system*, karakter, dan koneksi emosional.

1.4. Tujuan Skripsi

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memahami analisis *audience experience* terhadap video interaktif untuk Tetsin Mochi Mochio 7M.

1.5. Manfaat Skripsi

1. Manfaat bagi penulis: dapat mengetahui hasil analisis *audience experience* terhadap video interaktif untuk Tetsin Mochi Mochio 7M.
2. Manfaat bagi pembaca: memberikan informasi kepada pembaca tentang analisis *audience experience* terhadap video interaktif yang menggunakan *platform* YouTube.

3. Manfaat bagi universitas: dapat membantu mahasiswa/i lain dalam memberikan bahan materi pembelajaran atau referensi untuk penulisan mereka.