

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan adalah badan usaha yang sangat membutuhkan media untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau masyarakat luas. Dalam dunia usaha pasti mengalami persaingan dengan badan usaha lain, Untuk itu salah satu cara untuk meningkatkan persaingan adalah dengan menggunakan multimedia sebagai media untuk menyampaikan informasi. Multimedia memiliki peranan penting dalam persaingan perusahaan, karena multimedia merupakan gabungan dari banyak media seperti gambar, suara, text, animasi, dan video sehingga informasi mengenai perusahaan dapat tersampaikan dengan baik.

Salah satu produk multimedia yang di hasilkan adalah video iklan. Video iklan dapat di sampaikan pada media promosi seperti televisi, media social, spanduk digital, dan lain - lain. Dengan menggunakan video iklan, produk atau jasa yang di tawarkan akan lebih luas dan cepat dikenalkan dalam waktu singkat.

Perusahaan KLINIK SOFTWARE dan MUSIK Dr.OS JOGJA adalah badan usaha yang bergerak di bidang produk dan jasa yang berbasis komputer. Produk dan jasa yang di sediakan oleh KLINIK SOFTWARE dan MUSIK Dr.OS JOGJA ini termasuk komplit. Namun saat ini media penyampaian informasi tentang produk dan jasa yang di tawarkan masih sebatas pada media cetak seperti flyer. Media cetak dengan menggunakan flyer adalah media cetak yang hanya menggunakan dua elemen yaitu teks dan gambar. Dengan menggunakan video

maka informasi yang ingin di sampaikan akan lebih lengkap karena video menggunakan lima elemen multimedia.

Dari latar belakang di atas mendorong penulis untuk membuat sebuah media promosi berupa video iklan agar dapat membantu KLINIK SOFTWARE dan MUSIK Dr.OS JOGJA untuk menyampaikan informasi perusahaan dan membangun citra perusahaan dalam rangka membangun perusahaan kearah yang lebih baik lagi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah *"Bagaimana pembuatan video iklan sebagai media promosi KLINIK SOFTWARE dan MUSIK Dr.OS JOGJA?"*

1.3 Batasan Masalah

Pembuatan sebuah iklan sangat kompleks dengan melibatkan banyak elemen di dalamnya. Sehingga penulis menetapkan batasan-batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Video iklan ini berisi tentang perusahaan KLINIK SOFTWARE dan MUSIK Dr.OS JOGJA termasuk jasa – jasa yang di tawarkan.
2. Proses pembuatan video iklan ini mengikuti pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
3. Hasil implementasi video ini berbentuk video iklan berdurasi 1 menit 33 detik dengan format file .mp4 dan akan menjadi kewenangan

pengelola KLINIK SOFTWARE dan MUSIK Dr.OS JOGJA dalam penayangannya.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Maksud dari penelitian ini adalah untuk membuat video iklan untuk KLINIK SOFTWARE dan MUSIK Dr.OS JOGJA sebagai media promosi dan atau informasi mengenai produk dan jasa yang tersedia pada perusahaan. Sehingga KLINIK SOFTWARE dan MUSIK Dr.OS JOGJA lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang video iklan KLINIK SOFTWARE dan MUSIK Dr.OS JOGJA berbasis multimedia yang dapat di jadikan sebagai media promosi tambahan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang nantinya akan di dapat dari penelitian ini adalah :

1. Klinik software dan musik Dr.OS jogja mempunyai media promosi yang berbentuk video iklan.
2. Peneliti bisa menerapkan ilmu yang di pelajari selama menempuh masa studi di STMIK Amikom Yogyakarta.
3. Menjadi referensi untuk penelitian yang selanjutnya agar penelitian lebih sempurna.
4. Sebagai syarat kelulusan strata-1 di STMIK Amikom Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut.

1. Metode Wawancara

Peneliti mengadakan Tanya jawab langsung dengan CEO dari KLINIK SOFTWARE dan MUSIK Dr.OS JOGJA dan bagian – bagian yang terkait agar data yang di ambil lebih tepat dan akurat.

2. Metode Studi Pustaka

Untuk mendapatkan informasi atau konsep – konsep secara teori, maka peneliti menggunakan metode studi pustaka dengan mengambil referensi dari buku dan situs – situs website yang tentunya kebenaran dalam referensi tersebut terjamin sebagai data yang tepat dan akurat.

1.6.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT dalam penelitian ini.

1.6.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan video iklan ini yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan meliputi menentukan ide cerita, mengumpulkan data hingga pembuatan *storyboard*.

1.6.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan objek hingga menganimasikan objek. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap finishing berupa *rendering* dan *distributing*.

1.6.5 Metode Evaluasi

Peneliti melakukan *evaluasi* terhadap video iklan untuk mengetahui sesuai atau tidaknya video yang di buat dengan kegunaanya.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan secara sederhana yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan dalam proses perancangan dan pembuatan video iklan untuk KLINIK SOFTWARE dan MUSIK Dr.OS JOGJA.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini membahas tentang analisis kelayakan iklan yang dibuat serta menjelaskan tentang storyboard dan analisis pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang langkah produksi dan langkah paska produksi pada pembuatan video iklan yang akan dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan jawaban yang menjadi pokok pembahasan dari rumusan masalah. Saran yang diberikan merupakan harapan untuk pengembangan serta penyempurnaan dari hasil penulis.

