

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

"*Teenager Are Deadly*" merupakan perusahaan pakaian berkonsep *modern street wear* dengan sasaran pasar kawula muda. "*Teenager Are Deadly*" berlokasi di daerah Condongcatur tepatnya di Jalan Rasamala no.10D, Condong Catur, Sleman Yogyakarta

"*Teenager Are Deadly*" selama ini mempromosikan *brand* serta produk-produknya dengan media internet yakni dengan cara mengunggah foto-foto model menggunakan produk pakaian "*Teenager Are Deadly*" menggunakan fasilitas jejaring media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Promosi yang telah dilakukan tersebut dirasa kurang dalam timbal-balik dengan para calon konsumen dikarenakan banyaknya *brand* pesaing yang juga melakukan promosi dengan metode yang sama.

Untuk meningkatkan promosi *brand* serta pemasaran produknya penulis berkeinginan untuk membuat video klip *branding* berkonsep olahraga ekstrim. Maka "*Teenager Are Deadly*" merekrut(*endorsement*) dua atlet olahraga ekstrim sepeda BMX. Video klip *branding* kemudian akan diunggah ke internet dan dibagikan menggunakan jejaring media sosial sebagai media promosi sehingga mencapai target yang diinginkan. Selain sebagai media promosi, video klip *branding* ini diharapkan mampu memberikan referensi dalam berkarya bagi

mahasiswa maupun kepada peminat desain grafis dalam bentuk video klip *branding* melalui presentasi multimedia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara membuat video *branding product* agar produsen *Teenager Are Deadly* memperoleh dampak positif dalam mempromosikan *brand* serta produknya?

1.3. Batasan Masalah

Suatu penelitian memerlukan adanya batasan masalah agar penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan, sehingga tujuan penelitian dapat dicapai sesuai kebutuhan. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Skripsi ini membahas tentang pembuatan video klip untuk *branding* untuk dipublikasikan ke media internet.
2. Video klip ini akan diperagakan permainan (olah raga) ekstrem sepeda BMX oleh dua orang *team endorsement* dari produk *Teenager Are Deadly*.
3. Video klip ini berisi *footage* permainan sepeda BMX di jalanan umum dan di BMX park. Serta beberapa *footage* jenis-jenis produk distro *Teenager Are Deadly*.
4. Software yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini adalah Adobe Premiere CS6.

1.4. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang telah dibahas sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Memperkenalkan *brand* dan produk-produk dari *Teenager Are Deadly* untuk umum.
2. Mempromosikan produk serta *team endorsement Teenager Are Deadly* di kalangan penggemar dan aktivis sepeda BMX.
3. Meningkatkan kesadaran *branding* di kalangan anak muda sebagai promosi sebuah *brand* atau produk.
4. Menginspirasi kalangan anak muda dalam berkarya dalam bentuk video iklan komersial melalui presentasi iklan multimedia.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka manfaat yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis pembuatan video klip ini berfungsi untuk mempromosikan sebuah produk dari *Teenager Are Deadly* juga untuk memperoleh *benefit* karena *branding* produk sesungguhnya adalah strategi sebuah investasi usaha.
2. Secara akademis penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian tentang pembuatan video klip, bagaimana cara sebuah produk dapat diterima oleh masyarakat.
3. Pada praktiknya, video klip ini dapat digunakan sebagai media pengenalan masyarakat terhadap merk dagang dan produk dari *Teenager Are Deadly*. Serta mempromosikan produk dan *team endorsement Teenager Are Deadly*.

4. Bagi akademisi, pembuatan video klip ini dapat digunakan sebagai bahan acuan pembuatan video iklan multimedia untuk *branding* produk-produk dari *Teenager Are Deadly*.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk menghasilkan informasi yang lengkap dan akurat maka digunakan metode metodologi pengembangan multimedia yang terdiri dari 4 tahap, yaitu:

1. Metode Kepustakaan

Melakukan studi kepustakaan yaitu mengumpulkan data yang dilakukan dengan membaca buku dan sumber informasi lain yang ada hubungannya dengan masalah pembahasan pembuatan video iklan multimedia sebagai acuan dalam pelaksanaan kegiatan dan penyusunan laporan.

2. Metode Wawancara

Mengajukan pertanyaan secara langsung dengan pihak *Teenager Are Deadly* dan nara sumber lain yang bersangkutan.

3. Metode Observasi

Mengumpulkan data dengan cara pengamatan langsung, seperti pencatatan dan menulis hal-hal yang perlu.

4. Metode Dokumentasi

Pada tahap metode ini penulis terjun langsung ke lapangan dengan mengambil gambar, atau dokumen yang penting dan dirangkum menjadi satu.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dibahas mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi mengenai teori-teori, konsep dasar yang mendukung pembuatan video iklan multimedia menggunakan Adobe Premiere CS 6 dan Adobe AfterEffects CS 6, konsep dasar multimedia, pengertian *branding*, konsep dasar *branding*, jenis-jenis video iklan multimedia, perangkat lunak yang digunakan dan Storyboard.

BAB 3 : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Dalam bab ini dijelaskan pengambilan *footage*, analisis, pengeditan *footage* dan perancangan video iklan multimedia *Teenager Are Deadly* yaitu analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan sistem, proses pembuatan video, konsep video, perancangan *storyboard*, serta pengumpulan bahan (*material collecting*).

BAB 4 : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi mengenai implementasi sistem yang mencakup cara pembuatan, penggabungan/pengeditan, dan pengujian hasil video serta pembahasannya.

