

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan periklanan di Indonesia tidak pernah lepas dari perkembangan teknologi. Iklan merupakan setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seseorang pembeli potensial dan mempromosikan penjual suatu produk dan jasa, untuk berfikir atau bertindak sesuai dengan keinginan pemasang iklan. Televisi sebagai salah satu media periklanan, mempunyai keunggulan dibandingkan dengan media periklanan lainnya, karena televisi mampu menampilkan unsur kata-kata, music dan efek suara, serta gambar sekaligus. Pesan dalam iklan yang ingin disampaikan kepada khalayak dapat digambarkan secara lebih nyata. Agar *video* iklan yang menjadi lebih menarik ada banyak Teknik-Teknik yang digunakan diantaranya adalah teknik *green screen*, efek *vintage*, animasi 3D.

Maka dari itu iklan TV merupakan sarana yang tepat untuk mempromosikan *website* (infokonstrakan.com) yang bergerak di bidang jasa informasi mengenai rumah kontrakan, paviliun, dan kos-kosan yang berada di Yogyakarta. Selama ini perusahaan (infokonstrakan.com) dalam mempromosikan *website* nya itu hanya menggunakan media informasi spanduk, poster, surat kabar. Dari data yang penulis ketahui langsung dari perusahaan (infokonstrakan.com) jumlah konsumen yang menggunakan jasa (infokonstrakan.com) pada tahun 2013

jumlah rata-ratanya adalah 300 konsumen per-bulan, tahun 2014 adalah 400 konsumen per-bulan, pertumbuhan nya itu kurang sesuai dari target perusahaan tersebut 600 konsumen per-bulan.

Dengan demikian perancangan dan pembuatan *video* iklan ini sangatlah penting untuk memperluas jangkauan terhadap konsumen (infokontrakan.com) demi tercapainya target perusahaan. Oleh karena itu, penulis dalam pembuatan penelitian ini ingin membuat *video* iklan dengan tema perancangan dan pembuatan *video* iklan (infokontrakan.com) menggunakan efek *vintage*, 3D, dan manipulasi *Green Screen*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka timbul pertanyaan bagaimana cara merancang dan membuat *video* iklan (infokontrakan.com) dengan menggunakan efek *vintage*, 3d, dan manipulasi *green screen*.

1.3 Batasan Masalah

Agar *video* iklan yang dibuat mencapai sasaran dan tujuan yang diharapkan, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut:

- a) Iklan ini hanya mempromosikan *website* (infokontrakan.com).
- b) Aplikasi yang digunakan dalam pembuatan *video* iklan (infokontrakan.com) ini adalah adobe photoshop cs6, adobe premiere cs6, adobe after effect cs6, adobe audition cs6 dan autodesk maya 2013.

- c) Efek warna digunakan dalam *video* iklan ini adalah efek *vintage*.
- d) Hasil akhir format *video* ini adalah *file* MP4, dan durasi *video* ini hanya 43 detik.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam berkreaitifitas khususnya dalam pembuatan vidio iklan.
- b) Untuk mengamati sistem pemasaran yang selama ini diterapkan (infokontrakan.com) .

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan Starta 1 (S1) pada jurusan Sistem Informasi sekolah tinggi manajemen informatika dan komputer STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- b) Membuat sebuah *video* iklan TV sebagai media promosi untuk (infokontrakan.com) dalam memperluas jangkauan terhadap konsumennya.

1.5 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

a) Metode Observasi

Metode yang diperoleh dari pengamatan langsung ke perusahaan (infokontrakan.com).

b) Metode Wawancara

Yaitu mendapatkan informasi dengan mewawancarai langsung karyawan, pimpinan perusahaan, dan konsumen yang memakai jasa (infokontrakan.com).

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT, karena metode analisis SWOT tersebut merupakan metode yang tepat untuk menganalisa tujuan dalam perusahaan dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menguntungkan dan merugikan dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut.

1.5.3 Metode Perancangan

Dalam metode perancangan pembuatan *video* iklan ini melalui beberapa tahapan yaitu:

a) Tahap Praproduksi

b) Tahap Produksi

c) Tahap Pascaproduksi

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

a) BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan gambaran secara lengkap mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan laporan skripsi.

b) BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendasari dalam penelitian ini, yaitu tentang multimedia, iklan, iklan televisi, efek *vintage*, animasi 3D, dan *green screen*.

c) BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini akan membahas tentang obyek penelitian, kemudian tinjauan terhadap sistem yang sedang berjalan, analisis kebutuhan terhadap sistem yang diusulkan, analisis kelayakan sistem yang diusulkan dan tahap perancangan yang meliputi tahap pra-produksi.

d) BAB IV IMPLEMENTAI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang implementasi (pembuatan) *video* iklan. Yaitu meliputi tahap produksi, tahap pascaproduksi dan pengujian (*testing*) iklan.

e) BAB V PENUTUP

Bab ini akan menguraikan kesimpulan dari pelaksanaan seluruh kegiatan dan beberapa saran dari penulis tentang penelitian yang telah dilakukan.