

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Periklanan selalu hidup dan berada kapan saja dalam kehidupan sekarang. Kekuatan utama iklan terletak pada bahasa, gambar, serta ide yang kreatif. Dengan perkembangan teknologi saat ini, iklan menjadi salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran suatu produk, sehingga banyak perusahaan yang mulai berlomba-lomba memperkenalkan dan memasarkan produk mereka melalui media periklanan digital salah satunya berupa video.

Terkait dengan itu, Vitruvian (2005:15-16) menyatakan dalam penyampaiannya iklan dalam bentuk video dapat berupa infografis, yang merupakan representasi visual informasi, data atau ilmu pengetahuan secara grafis. Infografis yang baik umumnya mempunyai desain yang menarik, sederhana dan dapat mengajak pembaca untuk melihat informasi yang disajikan dengan lebih lama. Selain itu informasi berupa data yang disampaikan cukup komprehensif dan mudah dimengerti.

PD BPR "BANK PASAR" KABUPATEN TEMANGGUNG adalah bank daerah yang bergerak untuk melayani masyarakat kota Temanggung dalam menabung dan berinvestasi, yang seluruh modal dimiliki oleh Pemerintah Daerah melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan Daerah yang dipisahkan.

Untuk menghadapi perkembangan sektor perekonomian khususnya bidang perbankan di masa mendatang PD BPR “BANK PASAR” KABUPATEN TEMANGGUNG perlu didukung kinerja yang baik, permodalan yang kuat serta sumber daya yang semakin profesional. Pihak pemasaran PD BPR “BANK PASAR” KABUPATEN TEMANGGUNG menargetkan bahwa untuk meningkatkan mutu periklanan mendatang harus berinovasi memiliki media promosi yang baru.

Diharapkan dengan adanya iklan ini dapat membuat promosi melalui media digital yang membantu memberikan gambaran dan kemudahan kepada konsumen tentang informasi dan layanan yang terdapat di PD BPR “BANK PASAR” KABUPATEN TEMANGGUNG.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana membuat dan merancang iklan berupa video yang dapat digunakan untuk memasarkan layanan dan produk dari PD BPR “BANK PASAR” KABUPATEN TEMANGGUNG.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pembuatan dan perancangan video iklan ini sebagai sarana untuk membantu memasarkan layanan dan produk.
2. Video iklan ini merupakan animasi infografis yang berupa motion grafis dengan penambahan live shoot.

3. Software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah Adobe After Effect CC, Adobe Illustrator CC, Adobe Premiere Pro CC, Adobe Audition, Maxon Cinema 4D.
4. Video ini minimal dapat diputar di perangkat desktop dengan format H264 – Mp4.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membuat dan merancang video iklan tentang layanan dan produk di PD BPR "BANK PASAR" KABUPATEN TEMANGGUNG.
2. Sebagai salah satu media untuk promosi layanan dan produk di PD BPR "BANK PASAR" KABUPATEN TEMANGGUNG.

1.5 Metode Penelitian

Berikut metode penelitian yang penulis terapkan

1. Metode Pengumpulan Data : Metode Studi Kepustakaan, Metode Sejarah/Wawancara.
2. Metode Analisis : Analisis SWOT, Analisis kebutuhan sistem (Kebutuhan fungsional dan nonfungsional, kebutuhan perangkat lunak dan keras) Metode Analisis : Analisis SWOT, Analisis kebutuhan sistem (Kebutuhan fungsional dan nonfungsional, kebutuhan perangkat lunak dan keras)
3. Metode Perancangan : Pra Produksi (Ide cerita, Tema, Rancangan Naskah iklan, Rancangan *Storyboard*, Rancangan Anggaran,
4. Metode Pengembangan : Produksi (Take video *greenscreen*, *capture*,

Dubbing, Pembuatan aset), Pasca Produksi (*Editing, Rendering*).

5. Metode Testing : *Alpha dan Beta Testing*

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan dalam berkembangnya teknologi periklanan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan metode pengumpulan data, seperti metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang pengertian multimedia dan jenis media promosi dan teknik visual efek apa saja yang dipakai dalam perancangan video iklan PD BPR "BANK PASAR" KABUPATEN TEMANGGUNG.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan video iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang proses dan hasil perancangan video iklan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan.