

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penyajian informasi dengan menggunakan sarana multimedia merupakan salah satu cara tepat untuk mempermudah menyampaikan pesan penting dalam bentuk audio maupun visual. Sarana multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih hidup dan menarik. Video iklan profil merupakan salah satu media yang paling mudah dan cepat dalam memperkenalkan suatu profil organisasi, instansi atau perusahaan di khalayak umum dengan metode audio visual yang menarik dan inovasi penuh dedikasi.

Dalam pembuatan video dibutuhkan beberapa pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan dalam bidang multimedia untuk menghasilkan video yang menarik dan mudah di mengerti arti dari penyampaian dalam video tersebut.

Sekolah Menengah Akhir Negeri 1 Semin merupakan salah satu instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang pendidikan. Sarana media informasi dan promosi SMA N 1 Semin tergolong sangat rendah dalam penyampaian.

Oleh karena itu dengan kurangnya serta rendahnya media informasi dan promosi kepada masyarakat di SMA N 1 Semin, maka dilakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul "Pembuatan Video Iklan Televisi Profil SMA N 1 Semin Sebagai Media Promosi".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan di atas maka penyusun merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana membuat Iklan Televisi SMA N 1 Semin Sebagai Media Promosi?”

1.3 Batasan Masalah

Perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis penelitian ini agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat dicari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut di antaranya:

1. Iklan ini berdurasi 1 menit.
2. Iklan ini direkam dengan kamera Canon EOS 60D.
3. Iklan berisi Keunggulan yang dimiliki SMA N 1 Semin.
4. Teknik yang digunakan adalah *liveshoot*, dan *Motion Graphic*.
5. Untuk software editing dan compositing menggunakan Adobe After Effect, Adobe Illustrator, Adobe Premiere Pro CS6.
6. Menggunakan format *file* video .mp4 dengan kualitas Full HD 1080p dengan resolusi 1920x1080p.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat iklan profil SMA N 1 Semin sebagai media promosi yang akan ditayangkan di Stasiun TV Lokal.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah

1. Manfaat bagi penulis

Peneliti dapat mengetahui perkembangan promosi sebagai referensi pembuatan iklan televisi SMA N 1 Semin dan mengimplementasikan ilmu yang di dapat di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

2. Manfaat bagi mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta dalam membuat iklan televisi.

3. Manfaat bagi perusahaan

Dapat membantu mempromosikan SMA N 1 Semin kepada masyarakat.

4. Manfaat bagi masyarakat luas

Memberikan informasi mengenai SMA N 1 Semin.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan sebagai berikut:

1. Wawancara (Interview)

Wawancara yaitu mengadakan Tanya jawab langsung kepada pihak sekolah berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang SMA N 1 Semin untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

2. Pengamat langsung (Observasi)

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap SMA N 1 Semin .

3. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mengambil data dari arsip-arsip atau dokumen pada SMA N 1 Semin

4. Metode kepustakaan

Metode pengumpulan data dengan menggunakan buku sebagai bahan referensi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan video iklan komersial untuk media promosi, antara lain konsep dasar iklan, konsep dasar *software* yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan diuraikan tentang analisis dan perancangan iklan secara umum serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas tentang hal-hal yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoreksian iklan, dan hasil implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dan saran untuk perbaikan dari proses pembuatan video iklan komersial.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

