

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi telah banyak mempengaruhi kehidupan atau aturan dan sistem tertentu. Teknologi Informasi sekarang ini sudah semakin berkembang. Kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat di manfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu dalam bidang periklanan, dalam hal ini lebih khususnya yaitu periklanan bagi sebuah instansi yang bergerak dibidang lembaga pendidikan bahasa inggris yang lebih tepat, cepat, dan informatif sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi tentunya sangat tepat jika pada sebuah periklanan menggunakan media yang lebih komunikatif, karena pada sebuah iklan komersial menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar dan text.

Sebuah lembaga pendidikan bahasa inggris "ELTI Gramedia Yogyakarta" yang akan memperluas media beriklan agar lebih bisa dikenal khususnya di Yogyakarta maupun dikota lainnya. Lembaga pendidikan bahasa inggris ini meskipun sudah beriklan lewat brosur yang ada di instansi tersebut masih terasa belum efektif. ELTI Gramedia Yogyakarta sudah tergolong lama tetapi belum pernah mengiklankan lembaga pendidikan bahasa inggris menggunakan video iklan komersial dengan teknik CGI, untuk melakukan periklanan yang lebih luas sangat penting untuk memajukan tempat lembaga pendidikan bahasa inggris

tersebut agar orang – orang lebih tertarik untuk ikut bimbingan bahasa inggris di ELTI Gamedia Yogyakarta.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diambil sebuah rumusan masalah membuat video iklan komersial dengan menggunakan teknik CGI (Computer Generated Imagery) pada ELTI Gamedia Yogyakarta.

### **1.3 Batasan Masalah**

Maka perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat dicari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya : Iklan ini berdurasi 1 menit 29 detik, iklan ini dibuat dengan Adobe Premiere CS3, Adobe After Effect CS3, Autodesk Maya 2011, Selain itu iklan ini direkam dengan kamera Canon EOS 600D.

Sesuai dengan tema yang diangkat dan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian ini, maka batasan masalah yang akan dipelajari memberikan pengetahuan mengenai dasar – dasar editing video, editing audio dengan menggunakan fasilitas computer pribadi. Agar menjaga pembahasan dalam penulisan ini tidak meluas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan maka pembahasan akan dibatasi pada hal :

1. Iklan berisi tingkatan level belajar yang ada di ELTI Gamedia Yogyakarta.
2. Teknik yang digunakan adalah livenesshoot dan CGI (Computer

Generated Imagery).

3. Video iklan dalam format MP4
4. Hasil dari skripsi ini berupa media dengan berbentuk DVD (Digital Versatile Disc ).
5. Iklan ini akan dipublikasikan oleh client lewat video sharing seperti youtube.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Merancang sebuah video iklan komersial yang sesuai dengan kebutuhan ELTI Gramedia Yogyakarta.
2. Memperkenalkan ELTI Gramedia Yogyakarta kepada orang - orang, agar orang – orang tertarik untuk belajar bahasa inggris dilembaga pendidikan bahasa inggris ELTI Gramedia Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah

1. Manfaat bagi penulis
  - a. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut Pembuatan Video Iklan Komersial.
  - b. Memperoleh gambaran nyata tentang keunggulan Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris ELTI Gramedia Yogyakarta.
  - c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program S1 Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.

## 2. Manfaat bagi ELTI Gramedia Yogyakarta

- a. Bisa memberikan gambaran kepada orang banyak lewat video iklan komersial ELTI Gramedia Yogyakarta.
- b. Memperbanyak media ELTI Gramedia Yogyakarta dalam beriklan.

### 1.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan antara lain:

#### a. Wawancara ( interview )

Yaitu mengadakan Tanya jawab langsung kepada manager marketing dan owner yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang ELTI Gramedia Yogyakarta untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

#### b. Pengamat langsung ( Observasi )

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu beberapa kelas yang terdapat diELTI dan beberapa live shoot untuk kebutuhan pengambilan gambar untuk mengetahui gambaran – gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

#### c. Metode Kearsipan

Metode ini meneliti data – data yang diperoleh dari arsip – arsip dari ELTI Gramedia Yogyakarta, untuk mengetahui data – data pasti seperti tanggal berdirinya instansi tersebut.

#### d. Perpustakaan ( library )

Yaitu cara yang dilakukan dengan membaca buku – buku, majalah – majalah dan lain – lainnya untuk mendapatkan dasar teoritis tentang masalah pembuatan video iklan komersial.

#### **1.7 Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

##### **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 di uraikan 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 dari proses pembuatan video iklan komersial dan berupa saran untuk perbaikan iklan yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.

