

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Flo Fashion merupakan salah satu butik yang berlokasi di Yogyakarta dan Jakarta, Flo Fashion butik merupakan salah satu usaha yang mulai berkembang. Menyediakan berbagai macam jenis busana dan aksesoris wanita. Maka dari itu perlu strategi yang baik dalam hal promosi dan menyampaikan informasi terhadap calon pelanggan agar dapat bertahan dalam ketatnya persaingan.

Periklanan dipandang sebagai media yang lazim digunakan suatu usaha untuk mengarahkan komunikasi pada konsumen. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap dan citra konsumen yang berkaitan dengan produk. Maka dari itu owner Flo Fashion ingin mempunyai iklan dari usahanya. Owner Flo Fashion butik telah memesan dan mempercayai penulis dalam pembuatan iklan.

Perkembangan teknologi dibidang informasi dan komunikasi saat ini semakin mendukung kreatifitas manusia untuk mencapai hasil maksimal, Salah satu kemajuan teknologi informasi dan komunikasi tersebut adalah multimedia. Pembuatan iklan ini menggunakan animasi 3D. Animasi 3D adalah pengembangan dari animasi 2D. Karakter akan terlihat lebih nyata jika menggunakan animasi 3D.

Hal ini yang melatar belakangi penulis untuk membuat sebuah video iklan menggunakan efek 3D sebagai sarana promosi dan informasi di Flo Fashion bertujuan untuk menyampaikan informasi-informasi secara visual tentang Flo Fashion Butik. Dengan menerapkan judul “Analisis dan Pembuatan Video Iklan Pada Butik Flo Fashion Sebagai Media Promosi Menggunakan Efek 3D”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut: “Bagaimana memvisualisasikan efek 3D pada butik flo fashion sebagai media promosi dan informasi?”

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas dan menempatkan penelitian lebih focus, maka penulis perlu membuat batasan masalah yang akan diteliti.

Adapun batasan masalah yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan sistem yang akan dibahas adalah video iklan sebagai media promosi.
2. Pembahasan tentang pembuatan video iklan menggunakan efek 3D.
3. Video iklan ini di targetkan untuk ditayangkan di pameran dan televisi local.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

1. Sebagai syarat kelulusan Program Sarjana Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Memadukan pengetahuan yang telah di dapat selama perkuliahan di STMIK AMIKOM Yogyakarta dengan pengalaman yang didapat selama penelitian.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk kemajuan dan perkembangan usaha pada butik Flo Fashion.
2. Agar butik Flo Fashion memiliki media promosi.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1.5.2 Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan untuk mendapat informasi langsung dari pemilik supaya mendapat informasi yang akurat.

1.5.3 Metode Observasi

Penulis melakukan pengamatan dan penelitian secara langsung terhadap hampir seluruh kegiatan yang dilakukan di Butik Flo Fashion, dengan dibantu secara langsung oleh pemilik dan karyawan sebagai pembimbing penelitian.

1.5.4 Metode Studi Kasus

Penulis melakukan penelitian di butik Flo Fashion yang berada di Kota Jogjakarta. Pemilik butik Flo Fashion ingin memiliki media informasi berupa iklan sebagai media promosi.

1.5.4.1 Metode Deskriptif

Penulis akan menyajikan data untuk metode deskriptif, seperti denah lokasi dan foto obyek penelitian.

1.5.4.2 Metode Kooperatif

Butik Flo Fashion memiliki kendala dalam memberikan informasi kepada konsumen karena belum banyak yang tahu dan mengetahui lokasinya, maka dari itu di buatlah media promosi sebagai media kooperatif.

1.5.4.3 Metode Studi Pustaka

Tinjauan pustaka yang akan penulis jadikan referensi adalah buku dan video; M.Suyanto

1.5.5 Metode Analisis

Metode analisis untuk menggambarkan kondisi dan evaluasi suatu konsep bisnis/usaha yang berdasarkan faktor internal atau faktor eksternal merupakan analisis SWOT. Metode ini paling sering digunakan dalam metode evaluasi bisnis.

1.5.6 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan adalah Pra-Produksi, Produksi dan Pasca Produksi seperti layaknya pembuatan video dan film.

1.5.7 Metode Pengembangan

Metode pengembangan akan dilakukan dalam proses pra-produksi di lanjut dengan proses produksi lalu di lanjutkan dengan proses pasca produksi.

1.5.8 Metode Testing

Metode testing dilakukan untuk melakukan test video iklan kepada konsumen.

1.5.9 Metode Implementasi

Sistem yang sudah di analisa dan di rancang secara rinci dengan teknologi yang sudah dipilih dan diseleksi, maka tibalah saatnya sistem tersebut untuk diimplementasikan. Kegiatan pada tahap implementasi:

1. Melakukan test sistem
2. Melakukan pemasangan dan peralihan sistem
3. Melakukan review hasil implementasi

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan, Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan penelitian, Metode Penelitian.

Bab II Landasan Teori berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori-teori yang digunakan, dan mendasari pembahasan secara detail.

Bab III Analisis dan Perancangan Sistem, di dalamnya terdapat Tinjauan Umum tentang objek penelitian, analisis masalah, solusi yang diterapkan, solusi yang dipilih, analisis kebutuhan, analisis biaya dan manfaat, analisis kelayakan, perancangan aplikasi.

Bab IV Implementasi dan Pembahasan, bab ini merupakan tahapan yang penulis lakukan dalam mengembangkan aplikasi, testing hingga penerapan aplikasi di objek penelitian.

Bab V Penutup, berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian.

Daftar Pustaka

