

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang berkembang dengan cepat, membuat manusia memasuki era baru dunia teknologi. Sebuah informasi sangat dibutuhkan oleh manusia dalam mendapatkan berbagai info pengetahuan. Kecenderungan masyarakat untuk memperoleh informasi secara cepat, termasuk memberikan informasi berupa iklan yang disampaikan kepada masyarakat merupakan suatu bentuk strategi pemasaran yang dapat mencapai sebuah sasaran yang diharapkan.

Kemajuan teknologi informasi melahirkan suatu media sosial didunia maya yang disebut dengan internet. Internet merupakan sebuah media yang dapat dimanfaatkan untuk menjual produk atau jasa. Jangkauannya yang sangat luas akan mampu menarik penggunanya dalam mempengaruhi sebuah produk atau jasa.

CV Arupadatu Kreasitama merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang arsitektur teknik bangunan. Didalam pemasarannya, CV Arupadatu Kreasitama melakukan pemasaran dari mulut ke mulut. Maka, dibutuhkan cara lain untuk pemasarannya yaitu, dengan pembuatan iklan di internet.

Pembuatan media iklan di internet ini dimaksudkan untuk mempermudah para pengguna internet dalam mencari tempat penyediaan jasa arsitektur. Yang sasarannya mampu mencapai pasar global, tidak hanya lokal saja. Maka diharapkan, dengan adanya iklan ini para calon klien mampu menambah pemasukan untuk CV Arupadatu Kreasitama.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam menyusun skripsi yang berjudul **"PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA CV ARUPADATU KREASITAMA BERBASIS 3D SEBAGAI MEDIA PROMOSI"**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat iklan perusahaan pada CV Arupadatu Kreasitama dengan menggunakan teknologi multimedia berbasis 3D yang dapat digunakan secara optimal pada bidang iklan di internet.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup kedalam lingkup yang lebih kecil yaitu meliputi :

1. Penelitian dilakukan di CV Arupadatu Kreasitama.
2. Iklan CV Arupadatu Kreasitama ini dibuat dengan durasi 30 detik.
3. Penelitian ini menekankan pada pembuatan iklan saja, tidak sampai pada tahap distribusi.
4. Teknik yang digunakan adalah teknik rendering V-Ray.
5. Perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Google SketchUp 2013, Adobe After Effect CS6 dan Adobe Soundbooth CS3.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksudnya adalah:

Sebagai media promosi untuk CV. Arupadatu Kreasitama.

Tujuannya adalah :

1. Membuat iklan berbasis 3D untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai CV Arupadatu Kreasitama.
2. Memenuhi sebagian persyaratan kelulusan jenjang Strata 1 jurusan Sistem Informasi di STMIK "AMIKOM" Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan secara langsung pada CV Arupadatu Kreasitama.

2. Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan pihak yang berkepentingan pada CV Arupadatu Kreasitama.

3. Metode Kepustakaan

Suatu metode pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku referensi atau pedoman yang ada, baik dari perpustakaan maupun daripihak perusahaan yang nantinya dapat mendukung kelengkapan informasi yang sedang dibutuhkan.

4. Metode Literatur

Suatu metode pengumpulan data didapat dari informasi yang diperoleh dari literatur-literatur.

2. Analisis

Tahapan ini merupakan tahap analisis dari permasalahan yang ada. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT.

3. Metode Perancangan

Tahap ini merupakan penggambaran bagaimana iklan dibentuk. Pada tahap ini dihasilkan rancangan iklan animasi 3D.

1. Merancang konsep iklan
2. Merancang isi iklan
3. Merancang naskah iklan
4. Merancang storyboard
5. Memproduksi iklan

4. Pengujian

Tahapan ini merupakan tahapan dimana skripsi ini diuji. Apakah iklan yang dibuat dalam skripsi ini sesuai dengan analisa awal atau tidak.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini diartikan untuk bagaimana tata cara dalam penulisan skripsi yang dibuat, diantaranya sebagai berikut:

1. Bab I. Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

2. Bab II. Landasan Teori

Bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka, landasan teori, yaitu menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail, dapat berupa definisi-definisi atau model yang langsung berkaitan dengan ilmu atau masalah yang sedang diteliti.

3. Bab III. Analisis dan Perancangan

Bab ini berisikan tentang gambaran umum suatu obyek, analisis sistem dan proses perancangan dalam pembuatan iklan berbasis 3D.

4. Bab IV. Implementasi dan Pembahasan

Bab ini berisikan tentang proses pembuatan iklan berbasis 3D dengan menggunakan hardware dan software dalam pembuatan iklan ini.

5. Bab V. Penutup

Kesimpulan dari pembahasan dan saran-saran untuk pengembangan lebih lanjut.

Daftar Pustaka

