

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Multimedia termasuk salah satu bidang dari komputer yang berkembang pesat. Multimedia secara umum merupakan kombinasi tiga elemen yaitu, suara, gambar dan teks. Paling sedikit dua media atau output dari data, media ini dapat audio (suara, musik), video, teks, grafik dan gambar. Multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio, dan gambar video.

Multimedia itu penting karena salah satu dipakai sebagai alat untuk bersaing perusahaan, disamping itu pada abad 21 ini multimedia segera menjadi keterampilan dasar yang sama pentingnya dengan keterampilan membaca. [10]

Adanya penyewaan KOI5 PHOTOGRAPHY suatu yang menyewakan produk Photography Dengan berbagai macam alat-alat photography Yang berada di Yogyakarta, KOI5 PHOTOGRAPHY merupakan jasa penyewaan kamera dan saat ini promosi yang di lakukan KOI5 PHOTOGRAPHY yaitu dengan Menggunakan Media *billboard*, Brosur dan FB. Seiring dengan perkembangan dunia usaha, suatu perusahaan harus dapat menciptakan suatu inovasi agar dapat terus berkembang memasarkan produk yang di milikinya, untuk melengkapi media promosi yang ada maka dibuatlah media promosi. Iklan ini nantinya akan berisi sebuah cerita yang mengacu pada alat-alat studio Photography. Iklan ini

akan dibuat menarik dan mudah di mengerti, agar konsumen mengingat pesan yang disampaikan. Diharapkan dengan iklan media promosi dapat menarik konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitiandalam penyusun Tugas ahir yang berjudul "Perancangan jasa iklan penyewaan kamera KOI5 PHOTOGRAPHY guna media promosi berbasis 2D".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penyusun merumuskan masalah,yaitu:

Bagaimana merancang dan memproduksi iklan sebagai media promosi pada KOI5 PHOTOGRAPHY?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkupMultimedia ke dalam lingkup lebih kecil:

1. Iklan KOI5 PHOTOGRAPHY ini di buat dalam durasi 30 detik.
-Karena iklan disalah satu stasiun televisi di Yogyakarta hanya membutuhkan 20-30 Detik TVC (Spot Iklan).
2. Iklan berisi produk KOI5 PHOTOGRAPHY.
3. Teknik yang digunakan pembuatan iklan adalah *live shoot*.Animasi 2D.
4. Iklan yang dibuat adalah media promosi.

5. Untuk ukuran video media promosi ini adalah PAL.
6. Format video iklan televisi adalah (.avi).
7. Software yang digunakan adalah Proses pembuatan iklan ini memakai program aplikasi seperti Adobe Flash CS5, Adobe Soundbooth, Edius Grass Valley 6.0, Corel Draw dan beberapa aplikasi lainnya yang mendukung dalam pembuatan iklan ini.
8. Penelitian ini hanya sampai pada uji coba iklan kepada pihak KOI5 PHOTOGRAPHY.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan Tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat iklan media promosi pada KOI5 PHOTOGRAPHY.
2. Menampilkan produk KOI5 PHOTOGRAPHY agar lebih dikenal oleh konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

Mengetahui penting media periklanan sebagai alat untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas, agar perusahaan dapat berinovasi dalam mempromosikan produk yang dimilikinya.

1.6 Metode penelitian

Metode penulisan yang digunakan dalam penulisan ini baik dalam menyelesaikan penulisan maupun untuk menyelesaikan pembuatan iklan ditempuh melalui beberapa metode penelitian, yaitu :

1. Pengumpulan Data

a) Metode Observasi

Satu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada KOIS PHOTOGRAPHY.

b) Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden ataupun dengan wawancara dilakukan dengan pihak humas dan marketing pada KOIS PHOTOGRAPHY.

c) Metode Dokumentasi

Dalam metode ini penyusunan mengambil data dari arsip-arsip atau dokumen dari perusahaan KOIS PHOTOGRAPHY.

d) Metode Kepustakaan

Penelitian dengan mengambil bahan-bahan data perpustakaan serta sumber lain yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti sehingga dapat memperoleh landasan teori dalam menganalisis data yang ada dalam pembuatan Tugas akhir ini.

2. Analisis

Melakukan analisis terhadap data-data yang telah diperoleh, data yang akan dianalisis berupa data obyek, kebutuhan produksi iklan serta kelayakan iklan itu sendiri. Dari hasil analisis dihasilkan gambar kondisi yang ada sehingga dapat dilakukan proses selanjutnya.

3. Perancangan Iklan

Merancang proses pra produksi yang nanti bisa memudahkan dalam proses produksi iklan.

4. Pembuatan Iklan

Proses pembuatan iklan berdasarkan pada rancangan iklan yang sudah dibuat.

5. Tahap Uji Iklan

Pada tahap ini untuk mengetahui apakah ada kesalahan atau tidak dalam iklan yang telah dibuat sebelum iklan ditayangkan.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, Perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab akan diuraikan secara teoritis tentang konsep dasar iklan dan perancangan iklan.

BAB III TINJAUAN UMUM

Bab ini diuraikan dan dijelaskan tahap pra produksi yang meliputi analisa dan perancangan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan tahap memproduksi iklan dan menjelaskan pasca produksi iklan.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran dari hasil pembuatan iklan akan diuraikan dalam Bab ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN