

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan IT saat ini sudah sangat maju, termasuk juga dalam bidang multimedia. Salah satu bentuk dari multimedia yang terus berkembang yaitu video. Video dapat diterapkan dalam berbagai macam bidang, salah satu diantaranya yaitu iklan.

Video iklan adalah sebuah media pemasaran yang dapat mencakup 5 unsur multimedia yaitu : teks, gambar, animasi, video, dan suara. Hal tersebut memungkinkan informasi yang disampaikan dapat lebih banyak diterima oleh masyarakat luas. Dalam sebuah iklan dimungkinkan juga menggunakan penggabungan dari teknik *live shot* dan teknik *stop motion*. *Stop motion* adalah sebuah teknik untuk membuat gambar atau objek yang dimanipulasi secara fisik agar terlihat bergerak. Setiap gambar atau objek tersebut difoto, sehingga dapat menciptakan ilusi gerakan ketika serangkaian *frame* dimainkan secara berurutan. Keunggulan dari penggabungan teknik *live shot* dan *stop motion* yaitu seseorang dapat merasakan karakter nyata di setiap pergerakan gambar.

Sneaker Holic adalah sebuah perusahaan yang memproduksi sepatu dengan berbagai macam model dan aneka warna yang tersebar di pulau Jawa. Selama ini produk sepatu Sneaker Holic pengiklanannya masih menggunakan brosur, tetapi jika dilihat dari unsur multimedia brosur hanya menggunakan 2

jenis unsur, yaitu text dan gambar saja. Hal ini membatasi informasi-informasi sehubungan dengan produk-produk yang akan digunakan.

Dari keterangan di atas maka penulis tertarik membuat sebuah iklan penelitian dengan judul "Pembuatan Iklan Produk Sepatu CV. Sneaker Holic dengan Menggabungkan Teknik Live Shot Dan Stop Motion".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat diambil pokok permasalahan sebagai berikut : "Bagaimana membuat iklan pada produk sepatu Sneaker Holic dengan menggabungkan teknik live shot dan stop motion?"

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup yang lebih kecil yaitu :

1. Iklan sepatu Sneaker Holic ini dibuat dalam durasi 45 detik.
2. Iklan berisi tentang produk sepatu Sneaker Holic.
3. Teknik yang digunakan pembuatan iklan adalah live shot dan stop motion.
4. Adapun software yang digunakan adalah Adobe Premiere Pro CS 6, After Effect CS6 dan Adobe Photosop CS6
5. Proses perekaman atau pengambilan gambar memakai kamera DSLR tipe Canon EOS 60D.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat iklan sebagai media promosi pada sepatu Sneaker Holic.
2. Membantu perusahaan untuk dapat memberikan pelayanan promosi produk dan diharapkan dapat bertambah jumlah peminat.
3. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan Strata I pada STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
4. Mengembangkan teori-teori yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Metode Pengumpulan Data

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

1. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan di teliti serta pencatatan secara cermat dan sitematik. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan dilakukan langsung pada toko sepatu Sneaker Holic.

2. Metode wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara

dilakukan dengan pihak yang berkepentingan pada toko sepatu Sneaker Holic.

3. Metode Dokumentasi

Dalam metode ini penyusun mengambil data dari arsip-arsip atau dokumen dari perusahaan tersebut.

4. Metode Kepustakaan

Penelitian dengan mengambil bahan-bahan dari kepustakaan serta sumber lain yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, sehingga dapat diperoleh landasan teori dalam menganalisa data yang ada dalam pembuatan skripsi ini.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

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

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bab ini akan diuraikan analisis sistem, perancangan antar muka atau tampilan, serta perancangan proses.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan tahap-tahap implementasi hasil dari analisis dan perancangan iklan yang telah dibuat.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari bagian akhir dari laporan penelitian. Bab berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk perbaikan iklan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

