

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi adalah salah satu dari beberapa kebutuhan yang sangat penting bagi setiap orang, dengan berbagai macam media yang berkembang pesat saat ini. Salah satunya adalah media iklan televisi, promosi menggunakan media iklan televisi memberikan daya tarik tersendiri bagi penontomnya, dengan memberikan informasi yang jelas dan menarik pasti maka akan menghasilkan tanggapan atau kesan yang baik dari konsumen dan akan memberikan keuntungan bagi produsen.

Meningkatkan daya tarik calon konsumen adalah proses yang sangat sulit, dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ke objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa promosi yang dilakukan Predator Skateshop Yogyakarta mungkin masih menggunakan media promosi umum seperti facebook dan melalui brosur. Media ini dirasa masih kurang luas cakupannya, dengan adanya media iklan televisi ini diharapkan perluasan informasi tentang Predator Skateshop Yogyakarta dapat lebih efektif dan interaktif.

Dari latar belakang masalah tersebut, penulis mengangkat sebuah judul “Pembuatan Iklan Sebagai Media Promosi Pada Predator Skateshop Yogyakarta Dengan Menggunakan Metode *Motion Tracking*” dengan adanya iklan tersebut diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen dan dapat memperluas pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat di buat rumusan masalah yaitu : Bagaimana membuat iklan Predator Skateshop Yogyakarta yang dapat menarik minat para pengunjung dengan menggunakan metode *Motion Tracking*?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka batasan masalah yang di lampirkan, yaitu :

1. Iklan ini dibuat untuk Predator Skateshop sebagai media promosi dalam bentuk video.
2. Peneliti menawarkan teknik *Motion Tracking* yang diterapkan dan memproduksi iklan serta ikut dalam mendistribusikannya.
3. Hasil pembuatan teknik *Motion Tracking* ini akan berbentuk iklan berdurasi kurang lebih 45 detik dan menggunakan format standar iklan di indonesia.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan skripsi ini, yaitu sebagai berikut :

1. Membuat video iklan berbasis *Motion Tracking* untuk Predator Skateshop Yogyakarta.
2. Untuk memperkenalkan secara keseluruhan fisik toko dari Predator Skateshop Yogyakarta.

3. Dapat memberikan informasi lengkap kepada konsumen dan dapat memperluas pemasaran Predator Skateshop Yogyakarta.
4. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata I Sistem Informatika Pada STMIK Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan Predator Skateshop Yogyakarta sebagai media untuk membantu promosi kepada masyarakat luas terutama kalangan anak muda sehingga dapat menambah jumlah pengunjung dan meningkatkan pendapatan dalam penjualan produk dalam negeri maupun luar negeri di Predator Skateshop Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian untuk mendapat data, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung datang ke Predator Skateshop Yogyakarta oleh penulis untuk mengumpulkan data secara lengkap, tepat dan akurat.

2. Metode Interview (Wawancara)

Data yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan secara langsung dengan mewawancarai pemilik dari Predator Skateshop Yogyakarta.

Cara ini adalah cara yang paling efektif untuk mengumpulkan data informasi secara akurat.

3. Metode Kepustakaan (*Library*)

Metode kepustakaan ini mengacu pada buku-buku atau literatur-literatur yang dibutuhkan sebagai tambahan referensi peneliti, mengenai teori cara pembuatan iklan dimana semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dipahami sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka dan masalah mengenai pengenalan iklan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen dan pelanggan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi profil singkat Predator Skateshop Yogyakarta. Membahas tentang ide cerita, naskah, *storyboard*, dan analisis mengenai praproduksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab yang membahas proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas, yaitu tahap produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang sifatnya membangun untuk bahan peninjauan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber ataupun buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi ini.

