

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah periklanan televisi pada tahun 1947 berupa iklan sponsorship. Adanya iklan televisi memperbaiki keterbatasan penyiaran radio dan kebakuan karakter iklan cetak. Selain itu, iklan televisi menjadikan jangkauan penyiaran lebih luas dan membuat karakter menjadi lebih hidup. Stasiun televisi CBS mulai menayangkan iklan televisi pada juni 1948 berupa iklan sponsorship dari Lincoln-Mercury pada acara The Ed Sullivan Show, yang menjadi salah satu acara dengan jam tayang paling panjang dan serial yang paling sukses. Periklanan merupakan penggunaan media bayaran oleh seseorang penjual untuk mengomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat. [4]

Coffee Talk Art Space merupakan salah satu cafe yang mempunyai konsep kebudayaan korea di Yogyakarta. Dengan kegiatan dan fasilitas yang ada, Coffee Talk Art Space memiliki peluang untuk dikembangkan. Pemanfaatan Coffee Talk Art Space sebagai cafe yang mempunyai unsure korea secara keseluruhan memang belum optimal, karena didukung dengan publikasi informasi digital, yaitu periklanan televisi. Periklanan televisi sangat dibutuhkan Coffee Talk Art Space untuk media promosi mereka.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“Pembuatan Iklan Coffee Talk Art Space Sebagai Media promosi dengan memadukan teknik stopmotion dan live shoot”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada telah di uraikan di atas, maka rumusan masalah yang di ajukan dalam penelitian adalah: **“Bagaimana membuat iklan berbasis multimedia untuk Coffee Talk Art Space sebagai media promosi?”**

1.3 Batasan Masalah

Fokus pembahasan di batasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup yang lebih kecil yaitu meliputi :

1. Penelitian ini di lakukan di Coffee Talk Art Space
2. Software yang di gunakan meliputi *Adobe After Effect* , *Adobe premier* dan *photoshop*
3. Iklan coffee talk ini berdurasi 30 detik

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempromosikan Coffee Talk Art Space.

1.5 Manfaat Penelitian

Sebagai sarana publikasi yang dimanfaatkan oleh Coffee Talk Art Space sebagai media promosi.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan data

2. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung secara cermat, akurat dan sistematis. Dalam hal ini, penelitian langsung di Coffee Talk Art Space.

3. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden atau pihak yang bersangkutan. Adapun wawancara dilakukan langsung dengan Manager Coffee Talk Art Space Christina Ayu Sekarrini yang memberikan informasi serta perijinan melakukan penelitian.

4. Metode Pustaka

Selain mengumpulkan data dalam penyusunan skripsi juga dilakukan penelitian literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

yaitu dengan membaca buku-buku pada pustaka STMIK AMIKOM YOGYAKARTA sebagai referensi di dalam menganalisa dan mengolah data yang ada pada Coffee Talk Art Space .

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis teknik yang digunakan, analisis kebutuhan sistem yang meliputi kebutuhan *fungsi* dan *non-fungsi* dan analisis kelayakan sistem yang meliputi kelayakan teknologi, operasional dan hukum.

1.7 Sistematika Penulisan

Berdasarkan metode yang digunakan penulis maka dapat merumuskan sistematika penyusunan, agar mempermudah dalam pemahaman.

Adapun sistematika penyusunan sebagai berikut:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab I akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pengumpulan data dan sistematika penulisan.

2. BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang berhubungan dengan penelitian , pengenalan perangkat lunak yang di gunakan dalam pembuatan dan penyelesaian video iklan yang akan di buat

3. BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisikan tentang analisis yang di gunakan yaitu analisis kebutuhan system, analisis kelayakan sistem, kelayakan hukum dan kelayakan teknologi.

4. BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas secara rinci mengenai implementasi dari perancangan sistem yang telah dibahas pada bab sebelumnya, menjabarkan langkah-langkah pembuatan video mulai dari pengambilan gambar, editing, rendering, sampai tahap akhir.

5. BAB V : PENUTUP

Kesimpulan merupakan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan pada rumusan masalah dan saran, merupakan kumpulan saran dan rekomendasi dari penulis untuk pengembangan iklan yang dibuat.