

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan game di Indonesia saat ini sudah cukup pesat, hal itu secara tidak langsung menambah jumlah toko yang menjual berbagai macam console game maupun aksesoris game. Salah satu toko game di Jogja adalah The Sonic Team Game Shop.

Bertambahnya toko game khususnya di Jogja mengakibatkan penurunan nilai penjualan bagi The Sonic Team Game Shop. Hal itu dikarenakan The Sonic Team Game Shop kurang dalam mempromosikan produk – produk yang dijual melalui media iklan dibandingkan dengan toko game lain yang sekarang ini sedang gencar dalam mempromosikan toko mereka di media cetak maupun media elektronik sehingga konsumen lebih tertarik berbelanja di toko tersebut.

Pameran suatu produk sekarang juga mulai banyak dilakukan oleh banyak toko game khususnya di Jogja untuk mempromosikan produk maupun mengenalkan toko mereka kepada masyarakat. Karena di suatu pameran masyarakat bisa mengetahui secara langsung produk maupun fasilitas – fasilitas yang terdapat dalam toko tersebut.

Berdasarkan masalah diatas, penulis akan membuat sebuah video iklan untuk mempromosikan toko game yang bernama The Sonic Team Game Shop yang berfungsi untuk media informasi dalam suatu pameran toko game.

Pada video iklan ini yang di tampilkan di pameran diharapkan dapat memberikan informasi yang menarik sebagai media promosi bagi The Sonic Team Game Shop agar lebih dikenal masyarakat luas khususnya Jogja sehingga menambah jumlah konsumen yang berbelanja dan menambah jumlah nilai penjualan yang maksimal bagi pihak The Sonic Team Game Shop.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana membuat sebuah video iklan berbasis multimedia untuk The Sonic Team Game Shop sebagai media promosi ”

1.3 Batasan Masalah

Mengingat luasnya ruang lingkup permasalahan dalam skripsi ini, maka penulis membatasi permasalahan pada pembuatan sebuah video iklan berbasis multimedia untuk promosi The Sonic Team Game Shop, yaitu :

1. Pembuatan Video iklan yang menampilkan sample barang yang dijual The Sonic Team Game Shop disertai dengan music, text alamat maupun contact person yang dikemas dalam video berdurasi 30 detik di putar berulang – ulang yang berformat H.264 dengan frame rate 25 per second, extensi file berformat *.mp4
2. Profil Perusahaan
Pengenalan mengenai sejarah The Sonic Team Game Shop maupun situasi toko.

3. Barang yang di pasarkan

Memberikan penjelasan berbagai macam game console yang di jual The Sonic Team Game Shop

Software yang di gunakan dalam membuat video iklan tersebut adalah Adobe Premiere Pro CS5.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Memenuhi persyaratan kelulusan bagi jenjang pendidikan S1 STMIK "AMIKOM" YOGYAKARTA
2. Membuat video iklan The Sonic Team Game Shop.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Dengan video iklan dapat memberikan media informasi untuk mempromosikan sebuah toko game bernama The Sonic Team Game Shop.
2. Toko game The Sonic Team Game Shop dikenal di masyarakat Jogja dan sekitarnya.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Penyusunan laporan menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

1. Metode Interview

Metode untuk mendapatkan data dengan wawancara langsung dengan pihak – pihak yang terkait dengan objek penelitian. Dalam metode ini peneliti melakukan interview terhadap pemilik toko yang bernama Bayu Aji Hargudianto, S.Hut dan mendapatkan data berupa sejarah berdirinya The Sonic Team Game Shop.

2. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara mengamati langsung kedalam objek penelitian oleh peneliti. Pada metode ini penelitian dilakukan dengan cara pengamatan langsung di tempat The Sonic Team Game Shop berada. Data yang di dapat dalam penelitian ini adalah foto – foto tentang situasi dalam toko maupun luar toko.

3. Metode Kepustakaan

Yaitu metode pengumpulan data yang bersumber pada buku atau website yang dapat mendukung dalam penyusunan skripsi ini. Penelitian yang di lakukan dengan membuka sebuah forum dalam internet yaitu “Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu” penulis Morissan, M.A., “Pengantar Periklanan” penulis Rendra Widyatama, “Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran” penulis M. Suyanto, “Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan” penulis M. Suyanto.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari bagian – bagian yang saling berhubungan sehingga di harapkan akan lebih mudah untuk mengerti dan mendapat manfaat dari tulisan ini. Adapun uraian singkat mengenai isi tulisan ini adalah :

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data serta sistematika penulisan.

Bab II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang pengertian iklan secara umum maupun tentang jenis – jenis iklan, merancang tentang konsep iklan multimedia.

Bab III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini akan di uraikan dari analisis project video iklan dan mengevaluasi permasalahan – permasalahan maupun hambatan – hambatan yang terjadi dan akan menguraikan tentang perancangan teknik dasar dalam pembuatan video iklan.

Bab IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

