

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan salah satu kebanggaan Indonesia, setelah di tetapkan oleh *united nations educational scientific and cultural organization (UNESCO)* memberikan pengakuan dan mengesahkan secara resmi Batik Indonesia sebagai warisan budaya dunia (*World Heritage*) pada tanggal 2 oktober 2009 dan kemudian tanggal tersebut dijadikan sebagai Hari Batik. Dari melihat sejarah batik, batik merupakan kerajinan yang memiliki nilai seni yang tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia.

Tetapi masih ada yang beranggapan batik masih di bilang kuno. Padahal batik yang sekarang sudah merupakan batik moderen, lebih tepatnya sudah tidak seperti zaman dahulu. Dengan adanya beranggapan demikian, salah satunya adalah melalui media periklanan. Kejelasan informasi pada bagian pemasaran terhadap produk yang diiklankan akan menghasilkan dampak yang positif dari konsumen. Hal ini juga akan berdampak pada keuntungan bagi perusahaan demi meningkatkan *brand* perusahaan tersebut.

Batik Kayla merupakan perusahaan butik baru berdiri pada tanggal 12 februari 2012. Perusahaan ini didirikan oleh dua orang. Keinginan perusahaan agar produknya lebih diminati oleh banyak orang, maka Batik Kayla ingin mempromosikan produknya melalui periklanan televisi.

Model animasi *Stop Motion* merupakan salah satu jenis model animasi yang jarang digunakan untuk periklanan dan juga sangat menarik perhatian penonton. Atas dasar tersebut diatas, maka penulis skripsi mengambil judul **“Pembuatan Iklan Batik Kayla sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang ingin dipecahkan dalam skripsi ini adalah bagaimana membuat sebuah iklan untuk mempromosikan Batik Kayla dengan menggunakan teknik *Stop Motion* ?

1.3 Batasan Masalah

Agar masalah yang ditulis tidak terlalu luas dari penyimpangan topik yang ada maka adapun batasan masalahnya yaitu :

1. Penayangan iklan yang berdurasi 30 detik untuk mempersingkat penyampaian pesan.
2. Iklan yang digunakan adalah Iklan Televisi sebagai media penyampaian Informasi Batik Kayla.
3. Iklan yang digunakan dengan teknik *Stop Motion*
4. Karakter yang digunakan adalah jenis Animasi *Stop Motion Pixilation* yang menggunakan Aktor Hidup atau Objek Manusia yang sebenarnya.
5. Dalam pembuatannya penulis menggunakan software – software sebagai berikut : Adobe Photoshop CS3, Adobe After Effects CS4 dan Adobe Premier Pro CS4.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Pembuatan iklan Batik Kayla sebagai media promosi berbasis multimedia dengan menggunakan teknik *Stop Motion*.
2. Mempromosikan Batik Kayla agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat, sehingga memiliki banyak konsumen.
3. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I Jurusan Teknik Informatika di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Sebagai media Promosi "Batik Kayla" kepada masyarakat luas agar mudah tersampaikan
2. Menambah nilai jual bagi "Batik Kayla"
3. Memperoleh gelar Strata I (S1) di bidang Teknik Informatika
4. Dapat menerapkan teori – teori yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan
5. Dapat mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (AMIKOM) Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang relevan, maka diperlukan metode yang efektif dalam pembuatan iklan ini. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Pengamatan langsung ditempat penelitian terhadap Objek Batik Kayla yang akan dijadikan sumber data penelitian yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data – data yang berhubungan dengan penulisan laporan skripsi.

2. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan pemilik Batik Kayla.

3. Metode Kepustakaan

Metode ini penulis melakukan studi pustaka dengan cara mencari data - data yang diperlukan sebagai referensi dalam penulisan skripsi ini.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun tentang sistematika penulisan dari skripsi ini adalah sebagai berikut

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dijelaskan tentang penjelasan teori yang digunakan secara relevan. Seperti pengertian Multimedia, Defenisi Iklan, Memproduksi Iklan dan Perangkat Lunak yang akan di gunakan.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini memaparkan penjelasan mengenai rancangan bangun dan analisa dari aplikasi yang akan dibuat.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang implementasi rancangan sistem, uji coba sistem dan pembahasan kendala dan masalah yang terdapat di dalam aplikasi

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan secara menyeluruh yang berhubungan dengan penelitian untuk perbaikan dan pengembangan penelitian lebih lanjut.