

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Informasi dapat dengan mudah didapatkan dari berbagai media, semua itu bertujuan untuk memudahkan kegiatan manusia. Yang sangat mencolok adalah dibidang penyampaian informasi dan periklanan. Baik periklanan televisi, film, *video clip*, ataupun media digital lain yang saat ini banyak menampilkan unsur multimedia. Bagi sebuah perusahaan, memperkenalkan dan memasarkan sebuah produk yang ingin ditawarkan adalah hal yang sangat penting. Seorang produsen tentu selalu menginginkan produknya dapat diterima masyarakat secara luas. Agar produksinya sampai ke konsumen maka diperlukan informasi yang jelas melalui media periklanan. Kejelasan informasi pada segmen pasar terhadap produk yang diiklankan akan menghasilkan tanggapan positif dari konsumen yang akan memberikan keuntungan bagi produsen.

Iklan animasi merupakan sebuah media yang sangat membantu produsen dalam memasarkan sebuah produk, dengan media ini produsen dapat memasarkan produknya dengan jangkauan yang luas. Perancangan iklan animasi ini memadukan beberapa unsur multimedia yaitu gambar, audio, teks, animasi yang kemudian diolah menggunakan *software* tertentu, sehingga sebuah produk akan lebih menarik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan PT. DMG Yogyakarta saat ini masih menggunakan brosur, poster dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*. Media ini dirasa sangat minim dan cakupannya kurang luas. Dengan adanya media iklan TV ini diharapkan penyebaran informasi tentang PT. DMG Yogyakarta dapat lebih efektif dan efisien. Dari masalah tersebut maka penulis akan mengimplementasikan iklan animasi serta ditunjang dengan 3 dimensi dalam merancang iklan animasi untuk PT. DMG Yogyakarta yang diharapkan dapat membantu kegiatan promosi dan publikasi sehingga menarik konsumen untuk berkunjung dan memiliki produknya PT. DMG Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat diambil rumusan masalahnya, yaitu :

Bagaimana membuat Media promosi iklan video di PT. DMG Indonesia cabang Yogyakarta agar dapat memudahkan pihak PT. DMG mempromosikan produknya?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan ini saya membatasi masalah, yaitu pada :

1. Membuat Media promosi iklan video di PT. DMG Indonesia cabang Yogyakarta dengan menggunakan Operating System Windows 7 dengan aplikasi :

1. *Adobe After Effect*
2. *Adobe Premiere*
3. *Photoshop*
4. *Corel draw*
5. *Illustrator*
6. *Ulead Video Studio 11*
7. *Soundbooth Cs5*

2. Menambahkan efek – efek yang menarik, sesuai dengan perkembangan iklan terkini.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Membuat Media promosi iklan video di PT. DMG Indonesia cabang Yogyakarta.
2. Sebagai tahap akhir syarat kelulusan program Strata I (S1) pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.

1.5 Manfaat penelitian

Manfaat Penelitian bagi PT. DMG :

1. Membantu proses promosi Jam Kebahagiaan/*Happiness Watch*
2. Memberikan informasi yang akurat dan menarik

Manfaat bagi Mahasiswa :

1. Menerapkan teori – teori yang diperoleh selama mengikuti pendidikan dengan dunia bisnis yang ada.
2. Sebagai tolak ukur untuk mengasah keterampilan serta kreatifitas
3. Menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa tentang pembuatan iklan televisi

Manfaat bagi pembaca :

1. Sebagai bahan acuan dan referensi bagi pembaca dengan topik permasalahan yang sama
2. Menambah wawasan pembaca terhadap dunia periklanan TV.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian merupakan rangkaian cara atau kegiatan pelaksanaan penelitian yang didasari oleh asumsi-asumsi dasar, pandangan-pandangan filosofis dan ideologis, pertanyaan dan isu-isu yang dihadapi. Suatu penelitian mempunyai rancangan penelitian (research design) tertentu. Rancangan ini menggambarkan prosedur atau langkah-langkah yang harus ditempuh, waktu penelitian, sumber data dan kondisi arti apa data dikumpulkan, dan dengan cara bagaimana data tersebut dihimpun dan diolah. Tujuan rancangan penelitian adalah melalui penggunaan metode penelitian yang tepat, dirancang kegiatan yang dapat memberikan jawaban yang teliti terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian. Untuk itu digunakan beberapa metode pengumpulan data dalam pembuatan video iklan *Happiness Watch*, yaitu :

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke PT. DMG Indonesia cabang Yogyakarta untuk melihat objek yang digunakan untuk pembuatan iklan.

2. Metode Wawancara

Metode Wawancara Yaitu Tanya jawab langsung pada pihak pengelola PT (dalam hal ini kepada Ibu Sintami Hiu selaku Manager dan bagian pemasaran / *Marketing*) untuk mendapatkan informasi mengenai Jam – jam / Objek – objek yang akan dipromosikan, sekilas tentang mesin dari produknya, kualitasnya dan lain – lain yang mendukung pembuatan iklan. Serta Tanya jawab kepada orang yang mengerti dunia periklanan TV untuk mendapatkan informasi tentang dunia periklanan TV.

3. Kepustakaan (*Library*)

Mengumpulkan data dari buku – buku tentang dunia periklanan TV yang sebagian besar merupakan koleksi perpustakaan STMIK AMIKOM Yogyakarta dan literatur – literatur yang diperoleh dari internet mengenai dunia periklanan yang semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal – hal yang dibahas berisikan tentang : Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat tinjauan pustaka dan teori – teori mengenai dunia periklanan televisi serta perangkat lunak yang akan digunakan dalam proses pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menguraikan gambaran tentang PT. DMG yang meliputi sejarah berdiri, tujuan revolusi angka – angka jam menjadi huruf – huruf unik, maksud yang ingin disampaikan dari huruf – huruf tersebut, struktur organisasi dan juga menguraikan analisis semua permasalahan yang ada serta rancangan dari sistem yang akan dibangun meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan secara lengkap proses produksi iklan yang meliputi pengambilan gambar video, proses editing, perekaman suara, penggabungan audio video sampai proses finishing.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran yang sifatnya membangun dari keseluruhan isi laporan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku – buku ataupun sumber –sumber yang menjadi referensi / acuan dalam penyusunan skripsi ini.

