

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi komputer semakin menunjukkan kemajuan yang sangat pesat dan saat ini keberadaannya bagi kalangan tertentu merupakan kebutuhan yang sangat mutlak harus ada. Teknologi informasi sekarang ini sudah semakin berkembang, kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan, salah satunya yaitu dalam bidang periklanan. Dalam hal ini lebih khususnya yaitu periklanan dalam media sosial, internet, ataupun website bagi seluruh instansi yang bergerak dibidang industri fashion maupun dibidang yang lain sangatlah diperlukan sebuah media promosi yang bisa diakses dimana saja.

Ncknme Tees merupakan perusahaan yang bergerak dibidang fashion, konveksi dan sablon serta memproduksi berbagai macam aksesoris, perusahaan ini terletak didaerah klaten tepatnya di daerah wedi. Ncknme Tees masih tergolong baru dalam memulai usahanya, maka masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaannya.

Selama ini Ncknme Tees telah mengupayakan berbagai macam usaha untuk mempromosikan produk serta perusahaannya, mulai dengan sebuah brosur, media sosial, dan endorse. Media informasi ini merupakan promosi yang dirasa sudah cukup, tetapi jika dilihat dari unsur multimedia, mungkin hanya bisa menampilkan beberapa saja dari unsur multimediana, maka pemilik berencana melengkapi konten multimediana dengan menambahkan sebuah video iklan

kedalam promosinya sehingga informasi yang disampaikan bisa lebih mudah dipahami oleh audiens dan diharapkan akan meningkatkan keinginan belanja dari konsumen atau setidaknya bisa membantu untuk mengenalkan produk serta perusahaan kepada masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, maka laporan produksinya akan disajikan dalam bentuk laporan skripsi yang berjudul "PERANCANGAN NCKNME TEES KLATEN SEBAGAI MEDIA PROMOSI"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka dapat disusun rumusan masalah yaitu, bagaimana cara merancang iklan pada Ncknme Tees Klaten.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan lebih terarah serta tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang dibahas mengenai Media Promosi Ncknme Tees Klaten, maka permasalahan akan dibatasi pada:

1. Lingkup Penelitian:

- a. Ncknme Tees Klaten.
- b. Iklan ini hanya akan ditayangkan pada fans page Ncknme Tees Klaten.
- c. Hanya menampilkan sebagian barang-barang yang tersedia di Ncknme Tees Klaten.

2. Format Video yang akan dibuat:

Video yang dibuat akan berformat .mp4 dan akan disimpan kedalam compact disk (CD) yang nantinya diserahkan ke Owner.

3. Software yang di gunakan:
 - a. Adobe Premiere Pro CS6.
 - b. Adobe Photoshop CS6.
 - c. Adobe After Effect CS6.
 - d. Corel Draw X7.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk melengkapi konten multimedia Ncknme Tees di dalam media promosi yang ada selama ini.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan Strata 1 pada STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Mengembangkan teori-teori yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan beberapa metode sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pungumpulan Data

1. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan

sistematis. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada Ncknme Tees Klaten.

2. Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan Pemilik. Adapun wawancara dilakukan dengan pihak yang berkepentingan pada Ncknme Tees Klaten

3. Metode Dokumentasi

Dalam metode ini peneliti mengambil data dari arsip-arsip atau dokumen dari toko tersebut.

1.5.2 Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan pada iklan "Ncknme Tees Klaten" ini lebih tepatnya menggunakan Analisis SWOT.

SWOT merupakan singkatan dari *Strenght* (S), *Weakness* (W), *Opportunities* (O), dan *Threats* (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor didalam perusahaan (S dan W).

1.5.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan gambaran bagaimana sebuah iklan dibentuk. Pada tahap ini dihasilkan rancangan iklan yang sesuai kebutuhan iklan pada Ncknme Tees Klaten.

- a. Merancang konsep iklan
- b. Merancang naskah iklan

- c. Merancang storyboard
- d. Memproduksi iklan

1.6 Sistematik Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang relevan dengan obyek penelitian yang digunakan sebagai dasar pembahasan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang gambaran umum perusahaan, analisa media informasi yang dibuat meliputi analisis kelemahan sistem, analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan, analisis biaya, dan perancangan sistem.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai implementasi media informasi yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari peneliti.