

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan peristiwa social yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lainnya. Dan ini dapat dilakukan dimanapun tanpa mengenal tempat dan waktu atau dengan kata lain, komunikasi dapat dilaksanakan “ kapan saja dan di mana saja”. Dengan demikian komunikasi merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari bahkan dapat dikatakan sebagai manifestasi kehidupan itu sendiri.

Perkembangan ilmu Komunikasi berkembang dalam segala hal, misalnya dalam teknologi informasi ada iklan televisi, website, iklan cetak. Teknologi informasi merupakan salah satu bentuk pemanfaatan dari kemajuan teknologi computer yang sangat mendasar. Karena kebutuhan masyarakat dunia akan informasi dewasa ini semakin meningkat, sehingga keberadaan computer dirasa sangat selaras dalam upaya pemenuhan kebutuhan tersebut. Sebagai salah satu aplikasi computer adalah multimedia periklanan televisi.

Multimedia merupakan salah satu cara yang tepat untuk mempermudah penyampaian informasi dalam bentuk audio video. Dengan adanya multimedia manusia bisa berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, teks, audio, animasi dan video. Selain itu multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih hidup dan menarik. Sebagai contoh,

multimedia dapat digunakan untuk membuat iklan televisi, untuk keperluan presentasi atau seminar, mendesain majalah dan membuat film-film animasi, seperti film-film kartun, bahkan pembuatan film cerita maupun pembuatan video klip musik.

Pemanfaatan multimedia di bidang periklanan, pertelevisian, dan broadcasting mempunyai andil yang sangat besar sebagai sarana informasi dan komunikasi. Dan saat ini pemanfaatan multimedia telah mencakup semua bidang khususnya dalam Perancangan iklan.

D'joine salon di sini meminta kepada penulis merancang sebuah iklan supaya konsumen (pelanggan) tau D'joine salon telah buka kembali di Jl. Wahid Hasyim No 130 Nologaten Yogyakarta.

Yang kemudian menjadi pertanyaan adalah bagaimana untuk sampai ke tahap itu. Teknologi yang menyediakan sudah jelas ada. Artis, model ataupun obyek pun banyak. Yang luput adalah, bagaimana merancang iklan yang atraktif dan informatif, sehingga dapat menarik hati konsumen untuk membeli suatu produk yang di iklankan. Oleh karena itu penulis mencoba merancang Iklan D'joine Salon Yogyakarta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian Latar Belakang Masalah diatas maka penulis dapat menarik akar permasalahan yang dihadapi, yaitu bagaimana merancang iklan yang atraktif dan informatif sehingga dapat menarik dan mengingatkan kepada konsumen bahwa D'joine Salon telah buka kembali dan pindah alamat di Jl. Wahid Hasyim No 130 Nologaten Yogyakarta.

### 1.3 Batasan Masalah

1. Pembatasan masalah dimaksudkan untuk memberikan arah yang lebih jelas bagi penulis untuk meneliti dan menentukan metode atau cara yang tepat dan cepat, serta tercapainya tujuan penelitian yang dilakukan. Sesuai dengan tema yang diangkat dan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian ini maka batasan masalah yang akan dipelajari adalah, memberikan pengetahuan mengenai dasar-dasar perancangan iklan dari proses pra produksi, produksi dan paska produksi.
2. Dan menjelaskan bagaimana proses editing yang dilakukan dalam membuat iklan, serta menjelaskan cara penggunaan aplikasi video editing, sehingga menghasilkan sebuah iklan yang interaktif.
3. Adapun software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini antara lain dengan menggunakan Adobe Premiere cs4, Adobe After Effects cs4, serta didukung software lain sebagai pendukung. Sehingga iklan yang dibuat dapat mencapai hasil yang maksimal.

## 1.4 Tujuan

### 1. Internal

Pengertian internal yang dimaksud adalah penulis, dalam hal ini adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta adalah sebagai berikut :

- A. Dapat Mengembangkan ide dan pola keilmuan dalam merancang suatu aplikasi multimedia.
- B. Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh selama kuliah di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.
- C. Sebagai syarat kelulusan program Strata I jurusan Sistem Informasi pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.

### 2. Eksternal

- A. Menambah pengetahuan tentang perancangan iklan TV.
- B. Sebagai referensi buat teman-teman/adik-adik kelas yang tertarik dalam iklan TV.
- C. Menambah perbendaharaan dan wawasan ilmu pengetahuan dalam teknologi informasi dan multimedia.
- D. Sebagai alternatif baru dalam menggali kemampuan dan meningkatkan kreatifitas diri dalam bidang Entertine dan juga di bidang Broadcast.

## **1.5 METODE PENELITIAN**

Dalam pengumpulan data guna memperlancar proses pembuatan tugas ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

### **1. Kepustakaan**

Yaitu metode yang dilakukan untuk mendapatkan data melalui telaah buku yang berhubungan dengan pembuatan Skripsi ini.

### **2. Dokumentasi**

Dengan cara mengambil gambar (video), yang berhubungan dengan penelitian skripsi untuk dijadikan sebuah obyek pada program skripsi ini.

## **1.6 SISTEMATIKA PENULISAN**

Untuk mempermudah penulisan tugas akhir ini, penulis menggunakan sistematika skripsi sebagai berikut :

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Menjelaskan tentang latar belakang masalah perkembangan teknologi, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan laporan.

### **BAB II. DASAR TEORI**

Pada bab ini akan diuraikan teori tentang konsep dasar Iklan, Pengenalan Kamera Analog dan Digital, teori tentang video dan perangkat multimedia yang digunakan serta tabel kegiatan pembuatan iklan.

### **BAB III. ANALISA DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini akan memberikan Penjelasan tentang analisis, pra produksi, produksi, pasca produksi.

### **BAB IV. PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan mulai dari pengenalan software yang digunakan sampai teknik editing sehingga menjadi sebuah iklan yang siap di jual dan hasil interviu dengan D'joine salon.

### **BAB V. PENUTUP**

Berisi kesimpulan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

