

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti saat ini persaingan antar perusahaan penyedia barang maupun jasa semakin bertambah ketat. Menurut Yuli Rahmini Suci, Kekawatiran ini dilandasi bahwa Indonesia akan menghadapi MEA dan pasar bebas. Ketika itu terlaksana tuntutanannya adalah UMKM harus mampu bersaing. Namun semua permasalahan itu bisa terselesaikan dengan beberapa kebijakan yang membuka peluang bagi UMKM untuk dapat mengakses industri perbankan dengan mudah. Sebab pertumbuhan kredit yang dikururkan sektor perbankan hanya 13,6%. Disamping hal-hal terdapat juga persaingan yang kurang sehat dan desakan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas. Karena pada zaman ini banyak sekali media yang dapat menampilkan sebuah iklan (Televisis, Radio, Instagram, Facebook, YouTube,dll) di tambah dengan teknologi yang sudah maju [1].

Persaingan antar produk di pasaran mendorong produsen gencar untuk berpromosi yang dapat menarik perhatian konsumen. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, antara lain: melalui promosi penjualan, publisitas umum, penjualan pribadi, dan periklanan. Promosi melalui media periklanan sangatlah efisien karena menggunakan biaya rendah dan mempunyai daya bujuk (persuasif) yang kuat. Promosi melalui periklanan sangatlah efektif karena dapat memberikan informasi yang jelas terhadap produk pada segmen tertentu. Iklan mengarahkan

konsumen dalam menyuguhkan produk sehingga dapat diyakini untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Sehingga melekat dalam kegiatan sehari-hari. Dengan perkembangan teknologi yang mendukung untuk membuat teknik-teknik baru dalam pembuatan sebuah video iklan. Penggunaan *live shoot*, *slow motion* dan sedikit *motion graphic* merupakan metode yang akan saya terapkan. Design One adalah sebuah perusahaan yang bergelut di bidang olahraga dengan memproduksi pakaian balap dan decal (livery). Perusahaan ini sudah beroperasi sejak awal tahun 2012 dan hanya mempunyai sebuah media penjualan berupa Instagram sebagai media promosi mereka yang terdapat pada gambar 1.1 dan gambar 1.2 yang sudah memasarkan produknya hampir di seluruh Jawa Tengah dan DIY. Namun perusahaan ini belum mempunyai iklan komersial resmi berupa video dari perusahaan itu sendiri.



Gambar 1.1 Instagram Design One



Gambar 1. 2 Contoh Produk

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk membuat video iklan komersial dengan judul *Perancangan dan Pembuatan Iklan Produk Design One dengan Teknik Live Shoot* [2].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahannya adalah “*Bagaimana merancang dan membuat video periklanan sebagai media promosi pada produk Design One?*.”

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian tersebut tidak menyimpang dari sasaran, maka harus dibuat batasan-batasan masalah seperti berikut:

1. Teknik pengambilan gambar dilakukan secara *live shoot*.
2. Iklan yang di tayangkan di televis RBTv.
3. Materi iklan dalam format MP4 (h.264) 1080p.
4. Software yang digunakan untuk pembuatan iklan yaitu:

a) Adobe Premiere Pro Cc 2018

Adobe Premiere Pro Cc 2018 merupakan program aplikasi video editing yang sangat terkenal dan banyak digunakan untuk video editing. Adobe Premiere telah menjadi standar program aplikasi video editing karena kemampuannya yang baik dan lengkap untuk mengedit, memberi transisi, efek dan lain lain pada sebuah video.

b) Corel Draw X7

Corel Draw X7 merupakan program aplikasi pengolah gambar yang banyak digunakan karena kemampuannya yang baik dan lengkap, software ini digunakan bertujuan untuk membantu mempermudah dalam pengerjaan pembuatan iklan.

5. Iklan yang berbentuk video berdurasi 34 detik.

6. Iklan yang bersifat untuk masyarakat umum tidak ada batasan usia.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk merancang dan membuat video iklan komersial pada produk-produk Design One.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Mendapatkan gelar sebagai Sarjana Komputer (S.Kom) karena telah menyelesaikan kuliah untuk jenjang S1 Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Untuk menerapkan ilmu yang di dapat selama perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Dapat mendapatkan pengalaman kerja secara langsung dan menambah wawasan dari penelitian yang telah dilakukan.

1.5.1 Bagi Perusahaan/ Instansi

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini bagi perusahaan antara lain adalah:

1. Sebagai salah satu cara untuk mengenalkan produk secara lebih luas kepada masyarakat umum.
2. Dengan dibuatnya iklan ini diharapkan masyarakat lebih tau tentang apa saja produk-produk yang disediakan oleh perusahaan Design One.

1.5.2 Bagi Pengembang

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini bagi pengembang antara lain:

1. Dapat menambah wawasan serta teknik dan ide baru dalam membuat sebuah video.
2. Dapat mengasah ilmu sebagai seorang editor.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu atau prosedur yang digunakan untuk melakukan penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. [3]

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Berikut adalah beberapa cara pengumpulan data menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*".

1. **Teknik Wawancara**, wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.
2. **Teknik Pengamatan/Observasi**, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.
3. **Teknik Dokumentasi**, dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.
4. **Triangulasi**, dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada

1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah yang ada di Design One dan mengelompokkan berdasarkan klasifikasi *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Treath* (ancaman) kemudian menentukan solusi permasalahannya [4].

1.6.3 Metode Perancangan Iklan

Terdapat 3 tahap dalam perancangan sebuah iklan: Untuk memproduksi iklan televisi harus melalui 3 tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dimana masing-masing tahap tersebut akan mempengaruhi biaya dan kualitas.

1. Tahap Pra Produksi

Terdiri dari :

- a). *Scripting* merupakan ide awal yang digunakan sebagai bahan dalam pembuatan video/film/iklan. Dalam tahap ini dilakukan penulisan naskah/skenario.
- b). *Planning* merupakan tahapan perencanaan. Hal ini meliputi perencanaan pengambilan gambar, setting tempat, mencari atau meng-casting calon tokoh/pemeran, mengurus perizinan, menentukan staf dan kru produksi, merencanakan properti apa saja yang akan digunakan, anggaran biaya, dan hal-hal lain yang patut untuk direncanakan.
- c). *Development of Concept*, dalam tahap ini masing-masing kru sebisa mungkin untuk mengembangkan ide yang telah di dapat dalam

pembuatan script sebagai konsep dalam pembuatan video/film/iklan tersebut.

2. Tahap Produksi

Terdiri dari:

- a) *Shooting* => pengambilan gambar
- b) *Acting* => masing-masing tokoh memerankan bagiannya sesuai dengan naskah yang telah dibuat.
- c) *Creating Animation* => hal ini bisa dibuat jika kita ingin menambahkan sentuhan animasi dalam video/film/iklan kita nanti.
- d) *Record Sound* => pada proses ini kita merekam suara dari tokoh/pemeran dalam video/film/iklan yang kita buat.
- e) *Create Text/Graphic* => hal ini bisa dibuat jika kita ingin menambahkan tulisan atau gambar dalam video/film/iklan yang kita buat.

3. Tahap Pasca Produksi

Meliputi:

- a) *Compositing* yaitu menggabungkan semua elemen ke dalam satu media
- b) Menambahkan efek khusus
- c) Mengimport materi sumber
- d) Assamble/edit, menyunting materi sesuai dengan naskah yang ada
- e) Menghasilkan output, reproduksi dan distribusi.[5]

1.6.4 Metode Pengetesan Unit

Tahap dari pengetesan masing-masing bagian iklan secara terpisah dalam sistem multimedia. Secara luas, fungsi dari masing-masing pengetesan yakni

sebagai garansi bahwa iklan tersebut sudah dibuat sesuai dengan tema, storyboard, dan naskah.

1.6.5 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan tinjauan pustaka, konsep dasar multimedia, definisi multimedia, konsep dasar pembuatan iklan menggunakan teknik live shoot.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan Design One menggunakan teknik live shoot serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari pembuatan skripsi yang ada di dalamnya terdapat kesimpulan, saran dan daftar pustaka.