

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan teknologi di bidang multimedia semakin pesat. Beralihnya dunia analog menuju digital menambah variasi dalam visualisasi sebuah karya salah satunya dalam pembuatan video. Seiring ditemukannya piranti yang mendukung dalam pembuatan video maka video itu sendiri juga mengalami perkembangan. Video merupakan salah satu alat untuk mempermudah penyampaian informasi karena video memiliki kelebihan menarik indera dan menarik minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan sehingga seiring berkembangnya teknologi video juga banyak digunakan dalam periklanan. Iklan merupakan setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seseorang untuk membeli barang atau jasa atau berfikir dan bertindak sesuai dengan keinginan pemasang iklan.

CV Eka Farm merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Industri pangan khususnya perusahaan penyedia beras organik yang berdiri sejak tahun 2013 selama ini menggunakan website dan brosur dalam pemasarannya. Website dan brosur hanya mencakup informasi dalam bentuk teks dan gambar saja sehingga membutuhkan media untuk penyampaian informasi yang tidak dapat tercover melalui teks dan gambar. Sebagai contoh dalam membedakan tekstur dan aroma beras organik dan non organik divisualisasikan dengan menggunakan video.

Lembaga riset dan penerbitan komputer, yaitu Coputer Technology Research (CTR), menyatakan bahwa seseorang hanya mampu mengingat 20% dari yang di lihat, 30% dari yang di dengar. Tapi orang dapat mengingat lebih dari 50% yang dilihat dan di dengar, serta 80% dari yang di lihat dan di dengar dilakukan sekaligus. Sehingga dengan adanya pembuatan video iklan yang menggabungkan seluruh elemen multimedia dapat memperbesar prosentase masyarakat untuk mengingat informasi yang ingin disampaikan dalam iklan tersebut sekaligus memperluas target pasar CV Eka Farm.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mencoba untuk membuat iklan untuk CV Eka Farm sekaligus melakukan penelitian dan penyusunan skripsi, yaitu “Perancangan dan Pembuatan Iklan Beras Organik pada CV Eka Farm”.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah mengkaji dan melihat latar belakang yang penulis paparkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : *“Bagaimana Merancang dan Membuat Iklan Beras Organik pada CV Eka Farm?”*

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan ini perlu dibuat batasan masalah agar persoalan yang dihadapi lebih terarah, pembahasan tidak terlalu lebar dan untuk memudahkan penulis dalam penyelesaiannya. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya :

1. Menerapkan penggabungan *live shoot* dan teknik *motion graphic* menjadi sebuah iklan.

2. Pada penelitian ini tidak membahas semua produk CV Eka Farm tetapi hanya membahas beras putih organik saja.
3. Iklan ini dibuat untuk ditayangkan melalui media youtube
4. Hasil akhir format *video* ini adalah *file* MP4 berdurasi kurang lebih 2 menit
5. Penelitian berakhir hingga video ini diserahkan kepada pihak CV Eka Farm

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud penelitian

1. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam berkeaktifitas khususnya dalam pembuatan video iklan.
2. Untuk mengamati pemasaran produk beras organik yang selama ini diterapkan Eka Farm Yogyakarta.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan Starta 1 (S1) pada jurusan Sistem Informasi sekolah tinggi manajemen informatika dan komputer STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Merancang dan membuat iklan televisi sesuai kebutuhan perusahaan Ekafarm Yogyakarta untuk dijadikan media promosi yang lebih efektif.

1.5 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Metode yang diperoleh dari pengamatan langsung ke perusahaan Eka Farm.

2. Metode Wawancara

Yaitu mendapatkan informasi dengan mewawancarai langsung karyawan, pimpinan perusahaan, dan konsumen yang menggunakan beras organik Ekafam.

3. Metode Kepustakaan

Mengumpulkan data dengan membaca buku yang berkaitan dengan tema judul skripsi yang penulis ambil. Pengumpulan data dengan metode kepustakaan akan menambah referensi materi yang akan penulis tuangkan dalam penulisan skripsi ini

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT, karena metode analisis SWOT tersebut merupakan metode yang tepat untuk menganalisa tujuan dalam perusahaan dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menguntungkan dan merugikan dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut.

1.5.3 Metode Perancangan

Dalam metode perancangan pembuatan video iklan ini melalui beberapa tahapan yaitu:

1. Tahap Praproduksi
2. Tahap Produksi
3. Tahap Pascaproduksi

1.5.4 Metode Evaluasi

Merupakan prosedur ilmiah yang sistematis yang dilakukan untuk mengukur hasil program (efektivitas suatu program) sesuai dengan tujuan yang direncanakan, dengan cara mengumpulkan, menganalisis, dan mengkaji pelaksanaan program yang dilakukan secara objektif.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan gambaran secara lengkap mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan laporan skripsi.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendasari dalam penelitian ini, yaitu tentang multimedia, iklan dan motion graphic

3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini akan membahas tentang obyek penelitian, profil, visi dan misi CV Eka Farm Yogyakarta serta memaparkan metode analisis yang digunakan berdasarkan masalah yang ada hingga penjelasan tentang perancangan dan pembuatan iklan (pra produksi).

4. BAB IV IMPLEMENTAI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang implementasi (pembuatan) *video* iklan. Yaitu meliputi tahap produksi, tahap pascaproduksi dan pengujian (*testing*) iklan.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini akan menguraikan kesimpulan dari pelaksanaan seluruh kegiatan dan beberapa saran dari penulis tentang penelitian yang telah dilakukan.