

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu media informasi yang dapat dilakukan untuk promosi adalah dengan memanfaatkan teknologi multimedia. Multimedia terdiri dari beberapa unsur salah satunya dapat berupa iklan. Iklan adalah suatu pesan tentang barang/jasa (produk) yang dibuat oleh produser/pemrakasa yang disampaikan lewat media (cetak, audio, elektronik) yang di tujukan kepada masyarakat. Tujuan iklan adalah agar masyarakat tertarik untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa tersebut.

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha, suatu perusahaan harus dapat menciptakan sebuah inovasi baru agar dapat terus berkembang memasarkan produk atau pun jasa yang dimilikinya. Sebagai contoh, ada salah satu tempat cukur rambut khusus bagi pria yaitu Boediman.jr *Barbeshop* yang berada di jalan Bougenville CTX.10 Catur Tunggal, Sleman Yogyakarta. Tempat tersebut sudah berdiri sejak 19 Desember 2014 dan konsisten dengan konsep *Amerika Style* untuk kaum muda. Promosi yang digunakan oleh Boediman.jr *Barbeshop* adalah media komunikasi visual berupa media sosial, upaya promosi tersebut memang cukup efektif digunakan untuk menarik perhatian kaum muda dan memperkenalkan jasa yang ditawarkan. Akan tetapi, komunikasi visual juga memiliki beberapa kelemahan karena penyampaian informasi atau pesan kepada

pihak lain dengan menggunakan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan.

Pada umumnya masyarakat lebih mudah menerima informasi melalui media yang interaktif dan komunikatif contohnya berupa video. Oleh karena itu penulis membuat suatu inovasi media promosi dengan menggabungkan visual dan video yang dikemas menjadi satu paket.

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan , penulis membuat iklan televisi menggunakan teknik *live shoot*. Yang diharapkan dengan iklan televisi dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan jasa dan produk yang di sediakan oleh Boediman.Jr *Barbershop* Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana membuat iklan televisi Boediman.Jr *Barbershop* Yogyakarta dengan menggunakan teknik *live shoot*?

1.3 Batasan Masalah

Dalam Pembuatan Video Iklan Televisi ini perlu adanya batasan masalah agar memberikan tujuan dan pembahasan yang jelas. Adapun batasan masalah pada Perancangan dan pembuatan Iklan Televisi Boediman.Jr *Barbershop* Yogyakarta adalah sebagai berikut :

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan ini menggunakan teknik Live Shoot
2. Iklan ini berdurasi 45 detik

3. Hasil Akhir akan diserahkan pada Boediman.Jr *Barbershop* Yogyakarta
4. Kualitas Iklan yang dihasilkan adalah HDTV 720p 25 *High Quality* Video, 1280 x 720 video size dengan type data (.mp4)
5. Perangkat pembuatan yang di gunakan :
 - a. Canon
 - b. Tripod
 - c. Media penyimpanan SD card , Harddisk)
 - d. Kamera DSLR 600 D
 - e. Spesifikasi Computer
 1. *Intel(R)Core(TM)i3-7100*
 2. Ram 8Gb
 3. *NVIDIA Geforce GTX 1050 Ti 4Gb*
 4. *Mouse Cougar Minos 3*
 5. *Keyboard Rexus K9 RGB*
 6. *Monitor LG 22MP58*
6. Perangkat lunak yang digunakan *Adobe Premiere Pro CC 2015*
7. Iklan ditayangkan di RBTv

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan ,maka tujuan dari penelitian ini adalah Merancang dan membuat iklan sebagai media promosi Boediman.Jr *Barbershop* pada masyarakat umum yang digunakan sebagai sarana publikasi dan promosi inovatif.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
 - a. Membuat suatu karya nyata yang bermanfaat untuk orang banyak
 - b. Memberi pengalaman dan pengetahuan dalam periklanan dan multimedia
2. Bagi Perusahaan (Boediman.Jr *Barbershop*)
 - a. Sebagai media Promosi Boediman.Jr *Barbershop*
 - b. Memperkenalkan Boediman.Jr *Barbershop* sebagai tempat cukur pria yang menyediakan berbagai macam fasilitas dan paket potong rambut.
 - c. Meningkatkan rating dari Boediman.Jr *Barbershop* sebagai *Barbershop* yang kompeten dan dapat di percaya
3. Bagi Masyarakat Umum
 - a. Memberi informasi tentang tempat cukur rambut pria di yogyakarta
 - b. Menarik perhatian para konsumen yang ingin menggunakan jasa dari Boediman.Jr *Barbershop*

1.6 Metode Penelitian

Untuk mengumpulkan data penelitian dalam pembuatan iklan ini , sangat di butuhkan metode yang akurat untuk hasil yang terbaik dalam mendapatkan data yang lengkap. Ada beberapa metode yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

1.6.1 Pengumpulan data

1.6.1.1 Wawancara

Metode wawancara ialah metode pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung kepada owner Boediman.Jr *Barbershop* dan mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan berkaitan dengan masalah yang akan di pecahkan. Metode wawancara ini digunakan penulis untuk mendapatkan informasi yang akurat.

1.6.1.2 Kepustakaan/ Library

Metode Kepustakaan ialah metode yang di gunakan penulis dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku, contoh skripsi yang ada untuk digukan sebagai gambaran atau referensi yang berhubungan dengan masalah yang di teliti sehingga nantiya dapat membantu untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.

1.6.2 Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan analisis SWOT.

1.6.3 Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahap pra-produksi.

1. Merancang Konsep Iklan

Merancang konsep iklan merupakan langkah awal setelah teknik pengumpulan data.

2. Merancang Isi Iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan isi dari merancang konsep atau implementasi dari strategi kreatif.

3. Merancang Storyboard

Sebelum memulai proses produksi iklan diperlukan merancang storyboard terlebih dahulu.

1.6.4 Metode Implementasi

Metode implementasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahap produksi dan paska-produksi. Pada metode ini penulis melakukan pengambilan gambar pada objek menggunakan teknik live shoot. Kemudian melakukan proses

editing video, suara, teks, warna dan rendering menggunakan software *Adobe Premier Pro CC 2015*.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, yang dibagi tiap susunan bab dan keterangan penjelasan dalam tiap bab yang ditulis, untuk itu penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode yang digunakan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini menjelaskan tentang uraian mengenai tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang penelitian dengan tema yang sama agar di jadikan referensi penulis dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang di ambil oleh penulis.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada Bab ini menguraikan mengenai tinjauan gambaran umum dari objek, penjelasan tentang pembuatan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, juga hasil tahapan yang di berikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan hal-hal yang berisi kesimpulan dari proses pembuatan skripsi dan berisi saran untuk perbaikan iklan dimasa yang akan datang

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi referensi-referensi yang digunakan dalam pembuat iklan.