

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan tren teknologi multimedia saat ini menjadi pilihan dalam industri kreatif periklanan. Iklan merupakan salah satu media informasi yang digunakan sebagai alat promosi suatu barang atau jasa. Media penyampainya pun berbeda-beda, ada yang melalui media cetak maupun media digital. Iklan melalui media digital adalah iklan yang paling efektif untuk menarik perhatian masyarakat dalam setiap penayangannya.

Immumer Aceceries Computer merupakan salah satu toko aksesoris komputer di Yogyakarta. Immumer Aceceries Computer adalah perusahaan komputer terdepan yang menerapkan konsep penjualan aksesoris komputer terdepan yang menerapkan konsep penjualan aksesoris komputer dan laptop untuk konsumen dengan tujuan membentuk *image* Immumer Aceceries Computer menjual barang berkualitas dengan harga terjangkau. Seiring dengan perkembangan teknologi multimedia, Immumer Aceceries Computer membutuhkan suatu media informasi dan promosi dalam bentuk iklan komersial. Media informasi yang digunakan saat ini yaitu media sosial saja. Tidak terdapat brosur yang dicetak secara berkala. Jika Immumer Aceceries Computer menggunakan banner atau tulisan yang dicetak sederhana dan ditempel di dinding.

Oleh karena itu dalam penelitian ini akan dibangun suatu iklan sebagai media informasi dan promosi pada Immumer Accceries Computer.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat di rumuskan permasalahan yaitu bagaimana menerapkan *motion graphic* dalam pembuatan iklan komersial Immumer Accceries Computer ?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak melebar akan dibatasi pada beberapa hal berikut ini:

- a. Penelitian dilakukan di Immumer Accceries Computer.
- b. Iklan berisi promosi dan informasi produk andalan.
- c. Iklan berdurasi 30 detik dan akan menjadi kewenangan Immumer Accceries Computer dalam penayangan.
- d. Aplikasi yang digunakan : Adobe Photoshop CC 2018, Adobe Audition CC 2018, Adobe After Effects CC 2018, Adobe Premiere CC 2018.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud

Maksud dari penelitian ini adalah ;

- a. Untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Strata I Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai m

- c. media promosi sekaligus informasi pada Immumer Aceceries Computer.

1.4.2 Tujuan

1. Menyediakan alternative media informasi dan promosi Immumer Aceceries Computer dalam bentuk *motion grapich*.
2. Menerapkan teknik visual dengan metode *motion grapich* dalam pembuatan iklan Immumer Aceceries Computer
3. Membuat iklan televisi untuk Immumer Aceceries Computer sebagai media promosi.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi tentang obyek permasalahan dari penelitian yaitu :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pihak Immumer Aceceries Computer.

b. Metode Observasi

Dalam metode ini penulis mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak yang berkepentingan yang merupakan narasumber untuk mendapatkan informasi tentang promosi dan informasi pada Immumer Aceceries Computer.

c. Metode Kepustakaan

Metode pengumpulan data dengan menggunakan buku atau internet yang bersangkutan tentang iklan dan animasi *motion grapich* sebagai bahan

referensi.

1.5.2 Metode Analisis

Beberapa analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan yaitu menganalisa mengenai kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional.

b. Analisis Kelayakan

Untuk menguji kelayakan sistem menggunakan analisis kelayakan teknis, operasional, dan hukum.

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 Implementasi

pada tahap ini hasil iklan yang dibuat akan di implementasikan pada sebuah iklan komersial tv dengan durasi 30 detik.

1.5.5 Metode Testing

Metode testing yang akan dilakukan adalah dengan cara menguji apakah format video sudah sesuai dengan standar pertelevisian indonesia dengan menguji apakah konten yang terdapat pada iklan Immumer Acecories Computer sudah sesuai dengan standar iklan pertelevisian di indonesia.

1.6 Sistematika Penulis

Sistematika penulisan berdasarkan penulis pokok permasalahan agar lebih terarah dapat diurutkan sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini memberikan arahan tentang masalah-masalah yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, dan sistematika penulis.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang beberapa teori dasar multimedia, iklan televisi, software dan langkah-langkah yang digunakan sebagai alat landasan dalam pembuatan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN APLIKASI

Bab ini menjelaskan tentang pembuatan dan perancangan iklan televisi pada Immumer Aceccories Computer.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini memamparkan proses dan hasil tahapan dari pembuatan dan perancangan iklan televisi pada Immumer Aceccories Computer.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat keterangan yang didapat dari beberapa buku dan internet sebagai refrensi dan panduan dalam pembuatan penulis skripsi.

LAMPIRAN