

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah berkembang pesat, khususnya teknologi informasi. Dengan pesatnya pertumbuhan teknologi informasi, maka penggunaan teknologi yang semakin dikenal luas oleh umum mulai merambah pada media informasi yang pada mulanya hanya dinikmati atau digunakan pada media kertas. Hampir di semua perusahaan atau instansi pemerintahan memerlukan pengaksesan data dan informasi yang cepat, tepat, dan akurat. Dalam upaya meningkatkan kinerjanya banyak cara dan strategi untuk membuat media promosi pada sebuah perusahaan sehingga mampu mencapai suatu target dalam meningkatkan daya tarik penjualan dan produk. Salah satunya adalah dengan media periklanan Videografi. Videografi pada saat ini mampu memberi solusi dalam dunia periklanan dan tak jarang media promosi menggunakan video ini lebih banyak menarik perhatian *viewer* atau calon konsumen. Didalam video iklan yang saya buat ini akan ada perbedaan dengan video iklan lainnya karena di dalamnya diberi teknik *Color Correction dan Color Grading* yang dimana akan membuat video ini lebih menarik dan maksud dari video lebih mudah tersampaikan. Video Iklan tersebut digunakan sebagai media promosi dibidang usaha. Salah satu usaha tersebut adalah Konveksi Bro Boss Yogyakarta.[1]

Konveksi Bro boss merupakan Bisnis Industri Konveksi yang berada di Yogyakarta,kepopuleran Bisnis Konveksi utamanya disebabkan karena yang di hasilkan industri Konveksi yaitu pakaian sehingga market untuk Bisnis Konveksi

akan selalu ada. Membuat tidak sedikit orang yang berusaha memaksimalkan potensi dari bisnis Konveksi salasatunya di bidang promosi. Sebagai salah satu aktor dalam dunia usaha, Konveksi Bro Boss memanfaatkan teknologi multimedia dalam mempromosikan produknya kepada konsumen. Media promosi yang biasa digunakan Konveksi Bro Boss ialah melalui brosur, poster dan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan media sosial lainnya. Namun, media promosi tersebut masih dirasa minim dan cakupannya masih terbatas karena hanya menggunakan jenis teks dan gambar.

Karena dirasa minim dan cakupannya terbatas, maka diperlukan media yang cakupannya lebih luas seperti, video Iklan. Video Iklan menawarkan kelebihan selain suara dan teks yaitu, dapat menampilkan teks, gambar, suara, dan video secara bersamaan. Sehingga video Iklan akan lebih banyak mengandung informasi daripada brosur, poster dan gambar di media sosial.[2]

Pada video Iklan Konveksi Bro Boss ini akan menggunakan *Live Shoot* dan akan di maksimalkan di bagian editingnya dengan menerapkan teknik *Color Correction dan Color Grading* karena selain menggunakan *Live Shoot*, proses Editing dalam pembuatan media promosi ini juga sangat penting sehingga dapat memperkuat pesan dan informasi yang akan disampaikan. Maka, pembuatan dari media promosi ini gunanya mendorong penulis untuk dapat memaksimalkan pembuatan sebuah Video Iklan yang diharapkan dapat meningkatkan minat calon konsumen untuk mengunjungi dan menggunakan jasa Konveksi Bro boss. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis membuat media promosi berupa video yang berjudul “Pembuatan Iklan pada Usaha Konveksi Bro Boss”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yang akan dijadikan pokok bahasan yaitu :

1. Bagaimana proses pembuatan media promosi berbentuk video Iklan yang memiliki kualitas sehingga banyak calon konsumen untuk mengunjungi dan menggunakan jasa Konveksi Bro Boss dengan menerapkan teknik *Live shoot editing Color Correction dan Color Grading?*
2. Apa saja *software* yang digunakan untuk membuat video Iklan Konveksi Bro Boss Yogyakarta?
3. Apa saja *hardware* yang digunakan untuk membuat video Iklan Konveksi Bro Boss Yogyakarta?

## 1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka batasan masalah yang dilampirkan, yaitu :

1. Video Iklan di buat untuk Konveksi Bro Boss Yogyakarta sebagai media promosi dalam bentuk video.
2. Video Iklan berdurasi 15 detik
3. Peneliti menerapkan teknik *live shot, Color Correction dan Color Grading.*
4. *Hardware* yang digunakan digunakan Camera DSLR Nikon D3200.
5. *Software* yang digunakan Adobe Premier Pro CC, Corel Draw, adobe after effect.
6. Hasil video iklan akan ditayangkan pada Videotron dan Youtube.

7. Hasil video iklan dengan format H.264 format file (\*.mp4), berukuran 1980x1080.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Membuat video iklan sebagai media promosi Konveksi Bro Boss Yogyakarta.
- b. Mempromosikan Konveksi Bro Boss Yogyakarta kepada calon konsumen.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Bagi Konveksi Bro Boss**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Konveksi Bro Boss Antara lain

- a. Memberikan informasi yang lengkap dan akurat menggunakan video iklan sehingga diharapkan dapat meningkatkan konsumen atau pengguna jasa Konveksi Bro Boss
- b. Membantu usaha dalam memperkenalkan dan tujuan perusahaan.

##### **1.5.2 Bagi Peneliti**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Meningkatkan kemampuan dalam bidang multimedia dan menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama di Universitas Amikom Yogyakarta.

- b. Memberikan informasi yang jelas kepada calon konsumen tentang Konveksi Bro boss Yogyakarta.

### 1.5.3 Bagi Universitas

- a. Mengetahui Kemampuan mahasiswa dalam menguasai teori yang diberikan selama proses belajar di kampus.
- b. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan teknik pembelajaran sebagai bahan evaluasi.
- c. Diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengangkat tema serupa dari hasil penelitian.

## 1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam proses pembuatan video Iklan adalah :

1. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di Konveksi Bro Boss Yogyakarta.

2. Metode Wawancara

Mengumpulkan informasi dan data dengan cara melakukan tanya jawab kepada pihak Konveksi Bro Boss Yogyakarta.

3. Metode Kepustakaan

Melakukan pengumpulan data dengan cara mengumpulkan buku-buku pustaka yang digunakan sebagai referensi dalam proses pembuatan video Iklan ini.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini penulis menggunakan sistematika penyusunan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan gambaran Tugas Akhir yang akan di buat yang berisi latar belakang, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan, manfaat, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan yang digunakan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang pengertian dari sistem informasi periklanan televisi dan software-software yang digunakan dalam pembuatan video Iklan ini.

### **BAB III : TINJAUAN UMUM**

Bab ini berisi tentang sejarah singkat, visi dan misi serta data-data lain yang di peroleh dari Konveksi Bro Boss Yogyakarta.

### **BAB IV : PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan membahas tentang perancangan konsep dan penjelasan dari tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan laporan Tugas Akhir yang dibuat serta saran-saran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Pada bagian ini sumber-sumber pustaka yang diambil untuk membantu penyusunan Tugas Akhir ini.

