

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

DST Skin And Slimming Care Yogyakarta merupakan suatu usaha jasa yang bergerak dibidang perawatan kulit tubuh manusia yang sudah mengembangkan dan membuka cabang usaha di beberapa tempat di Yogyakarta. Pada sisi lain Klinik ini menyerupai klinik perawatan kulit lainnya yang menawarkan jasa face care, body care dan injeksi. Banyaknya usaha yang bergerak dibidang yang sama memperketat persaingan di dunia wirausaha.

Menurut Merriam - Webster Collegiate Dictionary yang dikutip dalam buku *The Power of Marketing* (Nailatie, 2008 : p186), mendefinisikan promosi sebagai.

*“The act of furthering the growth or development of something; esp: the furtherance of acceptance and sale of merchandise through advertising, publicity, or discounting”.*

(Tindakan memajukan pertumbuhan dan perkembangan sesuatu, khususnya kemajuan penjualan barang atau jasa melalui iklan, publisitas, dan diskon).

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa perancangan iklan sebagai media promosi ini dapat memajukan pertumbuhan dan perkembangan penjualan barang atau jasa DST Skin And Slimming Care Yogyakarta.

Tidak hanya itu iklan yang dibuat ini harus memiliki daya tarik untuk membantu dalam menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen tentang DST Skin And Slimming Care Yogyakarta. sehingga akan dibuat video iklan yang sudah melalui proses analisis, identifikasi, dan observasi. Video iklan ini dapat di gunakan pada media periklanan seperti website dan tv, di sini kami akan membahasnya dengan menggunakan analisis – analisis dan penggambaran storyboard atau pemodelan iklan juga beserta alur cerita Iklan video yang merupakan salah satu media promosi agar dapat digunakan untuk menyampaikan informasi yang menggunakan interaksi langsung antara konsumen, sehingga media ini banyak diminati. Media promosi ini lah yang akan digunakan sebagai alat bantu menyampaikan informasi tentang keberadaan DST Skin And Slimming Care Yogyakarta.

Dengan masalah yang sudah diuraikan diatas maka dibuat lah sebuah judul karya ilmiah saya yang akan membahas serta memberikan jalan keluarnya yaitu “ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN DST SKIN AND SLIMMING CARE YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI”. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi media informasi dan mempermudah dalam hal penyampaian, mengenalkan, ataupun mempromosikan DST Skin And Slimming Care Yogyakarta sebagai salah satu klinik perawatan kulit tubuh bagi konsumen, dan diharapkan pula dengan menggunakan Iklan video ini dapat membantu perkembangan usaha DST Skin And Slimming Care Yogyakarta yang bertempat di Seturan No. 3, Sleman, Yogyakarta.



## 1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang dan tujuan di atas, dapat dimunculkan rumusan masalah sebagai :

- Bagaimana merancang iklan DST Skin and Slimming Care Yogyakarta sebagai media promosi?

## 1.3. Batasan Masalah

1. Ruang lingkup penelitian di DST Skin And Slimming Care yang berlokasi di jalan Seturan No.3 Sleman Yogyakarta.
2. Iklan ini hanya akan menampilkan informasi yang berhubungan dengan keberadaan DST Skin And Slimming Care meliputi lokasi, layanan dan fasilitas yang ada.
3. Pembuatan iklan ini menggunakan software video editing Adobe Photoshop CS6, Adobe Premier Pro CS6 dan Adobe After Effects CS6.
4. Disimpan dengan format .avi
5. Durasi video selama 50 detik.
6. Dikemas dalam CD/DVD.

## 1.4. Tujuan Penelitian

1. Sebagai syarat mendapatkan Gelar Sarjana S1.
2. Membuat iklan DST Skin and Slimming Care Yogyakarta.



### 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian tentang Sistem Informasi DST Skin and Slimming Care Yogyakarta berbasis iklan dirancang dan dibuat untuk memperoleh manfaat:

1. Yang pertama bagi pihak yang diteliti adalah :
  - a. Untuk mempromosikan DST Skin and Slimming Care kepada Masyarakat umum.
  - b. Dapat dijadikan sebagai sarana publikasi tentang fasilitas dan layanan yang ada di DST Skin and Slimming Care
  - c. Sebagai sarana publikasi hasil layanan DST Skin and Slimming Care Yogyakarta oleh konsumen.
  - d. Memperkenalkan sistem informasi periklanan DST Skin and Slimming Care Yogyakarta kepada masyarakat.
2. Yang kedua bagi pihak yang meneliti adalah :
  - a. Untuk memenuhi syarat dalam pembuatan karya ilmiah.
  - b. Mengasah kemampuan dalam pembuatan iklan video dengan menggunakan Adobe Photoshop CS6, Adobe Premier Pro CS6 dan Adobe After Effects CS6
  - c. Menjadi pengalaman yang sangat berharga untuk bekal di dunia kerja nanti.
3. Yang ketiga bagi masyarakat umum adalah :
  - a. Mudah mendapatkan informasi yang diinginkan.
  - b. Lebih mudah mengerti dan memahami iklanya karena berbasis video.

## 1.6. Metode Penelitian

### a. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung yaitu mengambil data dari DST Skin And Slimming Care Yogyakarta dan Survei pada objek penelitiannya, partisipasi dan melakukan wawancara dengan pemilik DST Skin And Slimming Care Yogyakarta. Diluar penelitian adalah penelitian arsip dan studi pustaka.

### b. Objek penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah DST Skin And Slimming Care Yogyakarta, merupakan sebuah klinik yang menawarkan berbagai perawatan kulit kepada masyarakat.

### c. Subyek Penelitian

Yang menjadi subjek penelitian adalah “Iklan DST Skin And Slimming Care Yogyakarta sebagai media Promosi”. Jadi penelitian ini dilakukan untuk mengenalkan DST Skin And Slimming Care kepada masyarakat menggunakan iklan video.

### d. Jenis penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang memberikan penjelasan tentang objek penelitian serta menyampaikannya menjadi suatu pernyataan (statment). Dengan cara menyampaikan informasi tentang DST Skin And Slimming Care Yogyakarta.

## 1. Metode pengolahan data

- Menganalisis

Melihat perkembangan yang maju dan cara yang semakin modern untuk mempromosikan atau membagikan informasi terhadap produk atau dalam bidang jasa, maka dibuatlah iklan ini sebagai media promosi.

- Merancang iklan.

Dalam perancangan iklan ini diutamakan tampilan yang menarik yang akan menjelaskan gambar-gambar yang ditampilkan dan tentunya merancang storyboard digunakan untuk mempermudah dalam merancang iklan, perancangan itu sendiri meliputi :

- Merancang Storyboard
- Shooting
- Mengedit video
- Merender

## 2. Metode Implementasi

Tahap implementasi yang dilakukan meliputi editing video dan render.

Desain Tampilan Video

## 3. Metode kepustakaan

Media informasi melalui buku-buku, internet dibaca dan dipelajari sehubungan dengan permasalahan yang dihadapi.

## b. Sistematika Penulisan

Laporan skripsi ini ditulis secara sistematis ke dalam 5 bab, masing-masing diuraikan sebagai berikut:

#### BAB I. PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian.

#### BAB II. LANDASAN TEORI

Membahas sistem secara umum yang meliputi konsep dasar multimedia, konsep dasar iklan, dan sistem perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini.

#### BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini membahas tentang proses pra produksi pembuatan iklan DST Skin and Slimming Care Yogyakarta, analisis kebutuhan dan perancangan.

#### BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang implementasi yang meliputi tahapan produksi dan pasca produksi pembuatan iklan.

#### BAB V. PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran-saran dari penelitian yang telah dilakukan sehingga diharapkan bermanfaat bagi pihak lain untuk pengembangan oleh peneliti yang akan datang.

#### DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang digunakan untuk penulisan laporan skripsi ini.

#### LAMPIRAN

Berisikan lampiran-lampiran dalam pengerjaan skripsi.