

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu dan teknologi merupakan bagian dari pertumbuhan masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi mempermudah personal ataupun kelompok dalam penyampaian pesan. Dengan kemudahan dan keuntungan yang ada pada perkembangan teknologi informasi, perusahaan harus dapat memanfaatkannya secara maksimal. Video iklan merupakan salah satu media informasi yang dapat diterapkan pada perusahaan untuk *branding* dan memperkenalkan produknya kepada khalayak umum.

Di era sekarang ini manusia dimudahkan dengan adanya kemajuan teknologi khususnya multimedia karena dapat berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, teks, audio, video dan animasi sehingga informasi yang disajikan akan memiliki daya tarik tersendiri. Salah satu cara yang dapat diterapkan dalam dunia bisnis adalah info yang menjelaskan produk apa yang dijual. Melalui pemasaran produk atau jasa, perusahaan dapat memperkenalkan produk atau jasanya kepada calon pelanggan, salah satunya melalui media televisi ini. Dengan adanya media televisi ini diharapkan dapat menjangkau atau memperkenalkan produk Freedom Dee dengan maksimal.

Setiap perusahaan pasti menginginkan visinya tercapai, yaitu menjangkau pemasaran kepada seluruh customer yang berasal dari berbagai daerah. Permasalahan yang di hadapi Butik Freedom Dee yakni, belum adanya video iklan untuk media promosi melalui televisi.

Freedom Dee yang belum lama berdiri dan belum banyak yang mengenal butik Freedom Dee, oleh karena itu owner harus dapat memperkenalkan brandnya. Salah satunya dengan membuat media promosi untuk meyakinkan para pembeli, dengan memperlihatkan visual yang lebih interaktif. Oleh karena itu video iklan ini akan ditampilkan pada televisi di daerah Yogyakarta, untuk mengenalkan produk dari Freedom Dee sendiri.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Freedom Dee membutuhkan media pemasaran yang mampu memvisualkan produk kepada para pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan masalah yang akan diselesaikan yaitu Bagaimana membuat Iklan televisi Butik Freedom Dee Yogyakarta dengan menggabungkan *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi di televisi.

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan pada:

1. Video iklan ini dibuat menggunakan teknik *live shoot* dan menggunakan animasi *motion graphic* 2d.
2. Iklan berdurasi 30 detik.
3. Perangkat lunak yang digunakan adalah Adobe After Effect CS6, Adobe Premiere CS6, dan Adobe Illustrator CS6.

4. Video iklan ini akan dipasang dan di publish pada televisi.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mempraktekan teknik motion graphic dan live shoot dengan membuat iklan mengenai sarana promosi televisi.
2. Hasil penelitian berupa iklan promosi ini diserahkan kepada Freedom Dee sebagai bahan promosi Freedom Dee.
3. Sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada owner Freedom Dee yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Freedom Dee untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan Analisa penelitian

2. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video iklan baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data, mengambil gambar obyek dan dokumen terkait.

4. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai yaitu menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Didalam analisis SWOT akan membahas tentang Strengths (kekuatan/keunggulan), dan Threats (ancaman) dari iklan ini. Dalam analisis kebutuhan non fungsional membahas kebutuhan software, hardware, dan brainware yang digunakan dalam penelitian.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan, seperti membuat naskah, menentukan konsep gambar 2d yang akan digunakan sebagai ikon, serta membuat storyboard video iklan.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dapat dilakukan dengan langkah-langkah produksi, seperti *Shooting, Acting, and Record Sound*. Selanjutnya untuk tahap pasca produksi yang dilakukan, adalah *editing, review* hasil

sementara, serta *rendering* dan *publishing* jika hasil sudah sesuai dengan yang diharapkan.

1.5.5 Testng

Merupakan tahap pengujian setelah video iklan produk tersebut ditayangkan pada televisi. Pada tahapan ini penulis menggunakan Screening Test.

1.5.6 Implementasi

Merupakan tahap dimana video iklan produk yang telah selesai dibuat akan diimplementasikan atau ditayangkan pada televisi yang ada di Yogyakarta.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video iklan, serta software yang akan digunakan dalam perancangan video iklan produk.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Freedom Dee, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan produk Freedom Dee serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

