

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Video iklan dapat membantu kita dalam mempromosikan bisnis dengan area pasar yang lebih banyak dan luas, teknologi yang sudah berkembang serta audiens yang beragam.[1]

Iklan bukanlah barang baru dalam sejarah perekonomian di Indonesia. Di Perpustakaan Nasional tersimpan bukti sejarah yang menunjukkan bahwa iklan telah ada sejak koran beredar di Indonesia lebih dari 100 tahun yang lalu. Pemasang iklan menggunakan pesan itu untuk mendapatkan keuntungan yaitu dengan mempersuasi calon konsumen sedemikian rupa sehingga calon konsumen akan melakukan apa yang diharapkan pemasang iklan, atau membeli produk atau jasa sesuai yang ditawarkan.[2]

CV. Isatech Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang IT. Namun pada saat ini brand tersebut masih belum terlalu dikenal oleh banyak masyarakat. Sehingga belum banyak yang menggunakan jasa perusahaan ini, tercatat baru ada BPBD Yogyakarta, BPJS kesehatan, Indosat, dan bank BRI. CV. Isatech Indonesia menargetkan untuk menambah mitra kerjasama lagi dengan cara mempromosikan brand melalui video iklan.

Pembuatan video ini menggunakan teknik *slow motion* dan *motion graphic*. Pada prinsipnya *slow motion* bekerja dengan memperlambat kecepatan gambar dengan menambahkan durasi pada sebuah *clip*. *Slow motion* banyak

digunakan para editor video untuk kepentingan dramatisasi sebuah adegan atau cerita.[3]

Sedangkan motion graphic pada prinsipnya menggerakkan gambar sehingga objek terlihat tidak membosankan, namun terlihat dinamis dan menarik. Terdapat dua metode dalam teknik ini, yakni dengan menggerakkan gambar, atau menggabungkan sequen gambar-gambar yang memiliki kontinuitas sehingga terlihat bergerak. Dalam pembuatannya, motion graphic berperan penting untuk membuat penonton tidak merasa bosan.[4]

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dalam penelitian ini akan dibahas Pembuatan Iklan Pada CV. Isatech Indonesia dengan Menggunakan Teknik *Slowmotion* dan *Motion Graphic* dengan harapan brand Isatech dapat dikenal oleh banyak masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, akan didapat rumusan permasalahan dalam penelitian yaitu: "Bagaimana membuat iklan pada CV. Isatech Indonesia dengan menggunakan teknik *slow motion* dan *motion graphic*?"

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu :

- a. Penetian ini dilakukan di CV. Isatech Indonesia dan berfokus pada brand perusahaan

- b. Iklan tersebut berdurasi 30 detik.
- c. Dikemas dengan format file video , mp4 dengan kualitas full HD 1080p resolusi $1920 \times 1080p$.
- d. Pergerakan animasi dan effect menggunakan Adobe After Effect CC.
- e. Pembuatan Video menggunakan Adobe Premiere Pro CC
- f. Pengeditan suara menggunakan Adobe Audition CC
- g. Media di render menggunakan Adobe Media Encoder CC
- h. Membuat iklan CV. Isatech Indonesia dengan menggunakan teknik slow motion dan motion graphic.
- i. Pengambilan gambar menggunakan kamera Sony RX 100 Mark V

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah membuat iklan CV, Isatech Indonesia sebagai media pengenalan perusahaan kepada masyarakat melalui media iklan dalam bentuk video.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari “Pembuatan Iklan Pada CV. Isatech Indonesia dengan Menggunakan Teknik *Slowmotion* dan *Motion Graphic*” yaitu:

1. Manfaat bagi CV. Isatech Indonesia
 - a. Membantu mempromosikan CV. Isatech Indonesia.
 - b. Mengenalkan brand CV. Isatech Indonesia.
 - c. Meningkatkan kredibilitas perusahaan.

2. Manfaat bagi konsumen

- a. Menginformasikan kepada konsumen mengenai keberadaan perusahaan CV. Isatech Indonesia.
- b. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap CV. Isatech Indonesia dalam menyelesaikan permasalahan di bidang IT.

1.6. Metode Penelitian

Penelitian “Pembuatan Iklan Pada CV. Isatech Indonesia dengan Menggunakan Teknik *Slowmotion* dan *Motion Graphic*” menggunakan metode *Research and Development (R&D)*.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data atau informasi yang benar, relevan, dan akurat sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian, untuk itu dalam penelitian ini mengembangkan beberapa metode pengumpulan sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Yaitu peneliti melakukan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung terhadap CV. Isatech Indonesia untuk mendapatkan poin-poin penting yang berhubungan dengan pembuatan iklan.

b. Metode Wawancara / Interview

Yaitu penulis berkomunikasi secara langsung dengan pihak CV. Isatech Indonesia dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan. Metode wawancara yang digunakan penulis untuk

mendapatkan informasi sehingga penulis mendapatkan data data yang benar dan akurat.

1.6.2 Metode Analisis

Data yang sudah terkumpul dan diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (*strenghts, weaknesses, opportunities, threats*). Disini penulis akan menganalisa tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di CV. Isatech Indonesia.

1.6.3 Metode Perancangan

Tahap dimana pembuat atau pengembang proyek multimedia menjabarkan secara rinci apa yang akan dilakukan dan bagaimana proyek multimedia tersebut akan dibuat. Pembuatan naskah ataupun navigasi serta proses desain lain harus secara lengkap dilakukan. Pada tahap ini akan harus mengetahui bagaimana hasil akhir dari proyek yang akan dikerjakan.[5]

1.6.4 Metode Uji Coba

Dilakukan setelah selesai tahap pembuatan (*assembly*) dengan menjalankan aplikasi atau program dan dilihat apakah ada kesalahan atau tidak. Tahap ini disebut juga sebagai tahap pengujian alpha (*alpha test*) dimana pengujian dilakukan oleh pembuat atau lingkungan pembuatnya sendiri.[6]

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, untuk itu penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, menentukan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian serta analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan saran saran atau masukan yang mungkin berguna di masa mendata.