

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan adalah bentuk komunikasi untuk memotivasi seseorang dan menjual suatu produk atau jasa, untuk mempengaruhi pendapat public atau masyarakat, iklan dapat digunakan untuk membangun citra jangka panjang untuk suatu produk tertentu.

Dalam perkembangannya, iklan sering ditemui di media cetak maupun elektronik, seperti iklan majalah, iklan Koran, iklan TV, ataupun iklan radio. Dari beberapa jenis iklan tersebut yang paling mudah di pahami adalah iklan dalam bentuk *visual*. Dengan adanya suara dan video maka orang dapat dengan cepat dan mudah memahami dari iklan tersebut.

Promosi adalah suatu kegiatan kampanye dari sebuah produk atau jasa dengan selalu di tandai oleh adanya pemberian intensif atau reward untuk dapat merangsang pasar agar elakukan tindakan membeli dengan saat itu juga. Promosi diadakan dengan memiliki batas waktu tertentu, apakah itu satu minggu, satu bulan, atau batas waktu lainnya. Setelah sama periode promosi berakhir maka penawaran akan kembali pada keadaan semula (penawaran normal). Dengan tenggang waktu tersebut diharapkan meningkatkan penjualan dengan cepat.

Salon Viana adalah salon yang terletak di Klaten Jawa Tengah tepatnya di Perumahan Kalikotes Baru No.157. Salon tersebut memiliki cukup banyak fasilitas, tetapi belum banyak orang mengetahui tentang salon tersebut karena letaknya yang berada di wilayah perumahan. Namun fasilitasnya juga belum terlalu lengkap karena keterbatasan biaya.

Maka dari itu membuat iklan promosi salon menjadi solusi untuk mengembangkan salon tersebut supaya lebih banyak dikenal masyarakat khususnya warga klaten.

1.2 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud penelitian ini adalah :

1. Pembuatan iklan promosi ini sebagai metode untuk mempromosikan salon tersebut supaya lebih di kenal banyak masyarakat luas.
2. Mengenalkan berbagai perawatan pada Salon Viana tersebut.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan D3 pada program studi Manajemen Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengembangkan dan mempromosikan Salon supaya lebih di kenal banyak masyarakat khususnya warga Klaten.
2. Untuk menghasilkan iklan promosi dengan memanfaatkan teknik Motion Grapic dan Live Shoot.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu: "Bagaimana cara untuk mempromosikan supaya usaha salon tetap berjalan dengan lancar dan banyak di ketahui masyarakat warga klaten ?

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian menjadi lebih spesifik, batasan masalah yang akan di gunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut :

- a. Durasi video iklan yang akan di tampilkan 2.17 Detik
- b. Video ini berisi tentang promosi Salon Viana klaten
- c. Pembuatan video iklan ini berformat MP4
- d. Pengeditan iklan digunakan dengan memanfaatkan teknik Live Shoot dan Motion Graphic
- e. Video ini akan di publikasikan di instagram dengan resolusi 1920x 1080 px (1:91:1) MP4 dan facebook dengan resolusi 1280x720px (16:9) MP4
- f. Dibuat dengan aplikasi Adobe Premiere Pro
- g. Penelitian ini membahas sampai proses implementasinya saja.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mendukung penelitian ini, penulis menggunakan beberapa macam metodologi penelitian, antara lain :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian, kita seringkali mendengar istilah metode pengumpulan data dan instrumen pengumpulan data. Meskipun saling berhubungan, namun dua istilah ini memiliki arti yang berbeda. Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sementara itu instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Karena berupa alat, maka instrumen pengumpulan data dapat berupa *check list*, kuesioner, pedoman wawancara, hingga kamera untuk foto atau untuk merekam gambar [4]. Ada berbagai metode pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam sebuah penelitian. Metode pengumpulan data ini dapat digunakan secara sendiri-sendiri, namun dapat pula digunakan dengan menggabungkan dua metode atau lebih. Beberapa metode pengumpulan data antara lain:

1. Metode Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya. Metode pengumpulan data observasi tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi. Teknik pengumpulan data observasi cocok digunakan untuk penelitian yang bertujuan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam. Metode ini juga tepat dilakukan pada responden yang kuantitasnya tidak terlalu besar.

2. Metode Wawancara

Dalam wawancara terstruktur, peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang hendak digali dari narasumber. Pada kondisi ini, peneliti biasanya sudah membuat daftar pertanyaan secara sistematis. Peneliti juga bisa menggunakan berbagai instrumen penelitian seperti alat bantu *recorder*, kamera untuk foto, serta instrumen-instrumen lain.

Wawancara terbagi atas dua kategori, yakni wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.

a. Wawancara terstruktur

Dalam wawancara terstruktur, peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang hendak digali dari narasumber. Pada kondisi ini, peneliti biasanya sudah membuat daftar pertanyaan secara sistematis. Peneliti juga bisa menggunakan berbagai instrumen penelitian seperti alat bantu *recorder*, kamera untuk foto, serta instrumen-instrumen lain.

b. Wawancara tidak terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas. Peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan spesifik, namun hanya memuat poin-poin penting dari masalah yang ingin digali dari responden.

3. Studi Pustaka

Studi kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan peneliti untuk menguraikan permasalahan yang terdapat pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah video editing yang berjalan, analisis hasil solusinya, analisis kebutuhan video, dan analisis kelayakan video atau disebut dengan metode analisis SWOT.

1. Analisis Kebutuhan Fungsional

Menganalisis apa saja kebutuhan fungsional yang diperlukan dalam proses produksi iklan promosi.

2. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Menganalisis apa saja kebutuhan non fungsional yang diperlukan dalam proses produksi iklan promosi.

1.5.3 Metode Perancangan

Secara umum metode pembuatan iklan, baik iklan promosi, iklan layanan masyarakat dan sebagainya semuanya melalui 3 tahapan yaitu tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi [6].

1. Tahap Pra Produksi

Pra produksi yaitu tahap dimana dilakukan pengamatan Pra Produksi terdiri dari beberapa proses yaitu :

Ide cerita

Pembuatan storyboard

Konsep

2. Tahap Produksi

Produksi yaitu tahap pembuatan iklan promosi meliputi :

Shooting

Pengambilan Gambar

Merekam Suara

3. Tahap Pasca Produksi

Pasca produksi yaitu tahap mengedit yang terdiri dari beberapa proses sehingga nantinya dapat menghasilkan film. Tahap pasca produksi meliputi :

Composting

Editing

Dubbing/Sound Effect/Music

Rendring iklan

1.5.4 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan TA ini, pembahasan yang penulis sajikan terdiri dari lima bab dengan pokok-pokok bahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan gambaran latar belakang, maksud dan tujuan, rumusan masalah, batasan masalah, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan masalah masalah dan tinjauan pustaka, serta teori-teori yang mendasari pembahasan yang berhubungan dan mendukung dalam hal pembuatan laporan secara detail.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi identifikasi obyek perancangan , masalah yang terdapat pada obyek, dan gambaran umum proyek.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi menguraikan proses pembuatan hasil akhir video.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.