

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Giman *Leather* merupakan sebuah tempat produksi tas Kulit, dompet Kulit, sabuk Kulit, yang berlokasi di keparakan lor MG1/874 yogyakarta. Konsep yang ditawarkan dari Giman *Leather* sendiri memilih desain produk yang ingin dibuat sesuai permintaan pemesanan. Pembuatannya mempekerjakan 4 orang karyawan tetap. Disisi lain ketika permintaan sangat padat, pemilik dari perusahaan sendiri turun tangan untuk ikut proses Pembuatan. Di tempat produksi Giman *Leather* sendiri juga berada di tengah tengah lokasi kampung penduduk yang padat. Pembuatan Kerajinan Giman *Leather* sendiri juga menerima pesanan sampai 200 pesanan. Usaha Giman *Leather* juga mulai merintis dari tahun 1989 sampai sekarang. Pembuatan Kerajinannya menggunakan Kulit sapi untuk produksi pembuatan.

Giman *Leather* membutuhkan sebuah media untuk menginformasikan atau mengilustrasikan tentang pembuatan produk unggulan Kulit dari Giman *Leather*. Dikarenakan dari produksi Giman *Leather* sendiri masih membutuhkan iklan untuk mempromosikan kualitas produk.

Dengan permasalahan tersebut penulis bermaksud untuk membuat video iklan Giman *Leather* dengan tujuan agar dapat memberikan informasi secara lengkap kepada masyarakat tentang Giman *Leather*, sehingga produk yang

dihasilkan Gimán *Leather* dapat di kenal oleh masyarakat luas. Selain itu besar harapan dari video iklan yang peneliti buat dapat meningkatkan penjualan dari Gimán *Leather*. Atas dasar tersebut peneliti mengambil judul “Perancangan Iklan Kerajinan Kulit Gimán *Leather* Dengan Teknik *Motion Graphic*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka penelitian merumuskan masalah “Bagaimana cara merancang dan membuat video iklan Gimán *Leather*?”

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka penelitian memberikan batasan masalah:

1. Penelitian dilakukan pada Gimán *Leather*.
2. Vidio iklan Gimán *Leather* digunakan sebagai media periklanan, promosi, dan hal lain yang berkaitan dengan Gimán *Leather*.
3. Pada pembuatan vidio iklan ini berisi tentang alamat, pemilik, proses pembuatan dan produk yang dihasilkan.
4. Pembuatan vidio ini akan di uji coba kepada pihak Gimán *Leather* untuk mengetahui apakah materi yang disampaikan sudah sesuai atau belum.
5. Vidio iklan akan digunakan oleh Gimán *Leather* sebagai media periklanan dan promosi.

1.4 Maksud dan Tujuan

1.4.1 Maksud

Maksud dalam penyusunan tugas akhir ini, yaitu sebagai berikut :

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program diploma 3 Manajemen Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Menerapkan ilmu serta teori – teori yang selama ini didapat yang kemudian diaplikasikan dalam kehidupan bermasyarakat dan dunia kerja.
3. Dapat menambah pengalaman agar dapat bersaing di industri multimedia.
4. Menambah wawasan dan pengetahuan dibidang multimedia.

1.4.2 Tujuan

Tujuan dari “Perancangan Iklan Kerajinan Kulit Gimán *Leather* Dengan Teknik *Motion Graphic*” sebagai media periklanan agar masyarakat mengetahui lokasi serta produk yang dihasilkan oleh Gimán *Leather*. Setelah adanya video iklan tersebut besar harapan video iklan dapat memperkenalkan Gimán *Leather* kepada masyarakat luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang didapatkan dari penelitian ini, baik untuk peneliti atau pihak lain yang terkait dengan penelitian. Berikut yang diperoleh dari penelitian tersebut:

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

- a) Sebagai syarat kelulusan pendidikan Diploma 3 (D3) di Universitas Amikom Yogyakarta Program Studi Manajemen Informatika.
- b) Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.
- c) Menambah pengalaman tentang dunia industri.

1.5.2 Manfaat Bagi Gimán Leather

- a) Dapat digunakan sebagai media periklanan bagi Gimán Leather kepada masyarakat luas.
- b) Dapat digunakan sebagai media promosi.
- c) Dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk dari Gimán Leather.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian menjabarkan bagaimana langkah - langkah yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan peneliti. Selain itu metode penelitian berguna untuk menentukan cara dalam memecahkan suatu masalah tertentu. Dalam hal ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam pembuatan iklan kerajinan kulit Gimán Leather. Metode kuantitatif sendiri adalah salah satu jenis penelitian yang lebih spesifik, sistematis, terencana dan terstruktur dari awal hingga kesimpulan. Beberapa metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a) Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti. Agar mendapatkan banyak informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian.

b) Metode Wawancara

Merupakan metode mengumpulkan data dengan cara wawancara kepada pihak Gimán Leather. Dengan tujuan memperoleh informasi, data yang jelas dan benar tentang Gimán Leather.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode Perancangan adalah tahap – tahap bagaimana video iklan ini dibuat, dimulai dengan, ide cerita, perencanaan, perancangan, alur cerita, naskah, *storyboard*. Tahap perancangan ini dibuat sesuai dengan kebutuhan dari Gimán *Leather*.

1.6.3 Metode Evaluasi

Pada metode evaluasi merupakan kegiatan untuk melihat sejauh mana video iklan tersebut telah dibuat. Evaluasi akan dilakukan dengan cara membandingkan dengan *storyboard* yang telah dibuat, apakah sudah sesuai dengan rancangan awal atau masih ada beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki.

1.7 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dalam pemahaman tugas akhir tersebut maka penyusunannya harus terseruktur dan mudah dipahami. Oleh karena itu peneliti membagi kedalam beberapa bab sesuai dengan pokok pembahasan masing – masing sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematik penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian iklan, macam-macam iklan, prinsip dasar iklan, tujuan dan manfaat periklanan, pengertian *motion graphic*,

konsep dasar multimedia, pengertian *live shoot*, pengertian video, tahapan pra produksi. Sehingga teori yang dipakai dapat digunakan dalam pembuatan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini menjelaskan tentang perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan, teknik pembuatan dan editing video dan, terdapat konsep serta *storyboard* iklan.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas *testing*, implementasi dari hasil kinerja yang dibangun dan diolah kedalam bentuk video.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini tentang kesimpulan dari penerapan iklan Kerajinan Kulit Gimian *Leather* Dengan Teknik *Motion Graphic* serta menjelaskan kesimpulan yang di dapatkan serta saran perbaikan.