

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini teknologi informasi sudah semakin berkembang, kebutuhan akan informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bidang periklanan, khususnya media periklanan pada televisi.

Dalam sebuah periklanan, tentulah sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menyampaikan informasi tentang nama perusahaan dan suatu produk baik jasa ataupun barang. Pada media periklanan televisi sendiri dapat mencakup lima unsur multimedia di dalamnya, yaitu : video, gambar, audio, text, dan animasi. Sehingga periklanan televisi dapat disebut dengan media periklanan yang komunikatif dibandingkan dengan media cetak.

PT.BFI Finance.tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa keuangan resmi yang ada di Indonesia. PT.BFI Finance.tbk yang berada di Yogyakarta saat ini menggunakan media promosi melalui media cetak dan secara lisan. Sedangkan dalam multimedia, media cetak hanya bisa mencakup dua unsur saja yaitu gambar dan text, lebih sedikit dibandingkan dengan media periklanan televisi yang dapat mencakup lima unsur multimedia.

Seiring perkembangan teknologi informasi, suatu perusahaan dalam hal ini PT.BFI Finance.tbk harus dapat menciptakan inovasi agar dapat terus berkembang menawarkan barang ataupun jasa yang dimilikinya. Untuk melengkapi media

promosi yang telah ada, maka dibuatlah iklan televisi sebagai media promosi baru pada PT.BFI Finance.tbk di Yogyakarta, dan diharapkan setelah adanya iklan televisi ini dapat membantu memberikan kemudahan pada publik untuk mengenali produk yang di tawarkan oleh PT.BFI Finance.tbk.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, maka penelitian dan penyusunan skripsi ini di buat dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Video Sebagai Media Promosi Pada PT.BFI *Finance.tbk*”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah di kemukakan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: “Bagaimana membuat iklan televisi sebagai media promosi pada PT.BFI *Finance.tbk* Yogyakarta?”

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia kedalam lingkup lebih kecil agar penulisan dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan video iklan sebagai berikut:

1. Iklan ini berupa video berdurasi 60 detik.
2. Iklan yang dibuat adalah untuk periklanan televisi.
3. Teknik yang ditampilkan dalam pembuatan iklan ini menggunakan teknik *live shoot*.

4. Penayangan iklan ditargetkan tayang pada stasiun televisi lokal di Yogyakarta.
5. Dalam pengujiannya, Iklan ini menggunakan metode pengujian ALPHA dan BETA .

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin di capai dalam penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat iklan video sebagai media promosi pada PT.BFI Finance.tbk Yogyakarta.
2. Menerapkan ilmu yang telah di pelajari selama mengenyam pendidikan di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Sebagai syarat kelulusan untuk jenjang Strata-1 pada STMIK AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulls

1. Belajar menerapkan teori-teori yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan di kampus.
2. Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.
3. Sebagai modal peluang usaha dalam bidang advertising bilamana tugas akhir ini mendapatkan apresiasi dari pihak instansi terkait.

1.5.2 Bagi Instansi Terkait

Sebagai media promosi PT.BFI *Finance.tbk* Yogyakarta kepada masyarakat luas dan kepada para calon konsumen agar mudah tersampaikan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang di hadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis mengembangkan beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian tugas akhir ini, yaitu sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan dan ikut terjun langsung dalam proses pelayanan kepada para konsumen PT.BFI *Finance.tbk* Yogyakarta, sehingga dari metode ini di peroleh data tentang apa yang dikerjakan dan apa yang menjadi keunggulan PT.BFI *Finance.tbk* di bandingkan perusahaan sejenisnya yang lain.

2. Metode Wawancara

Yaitu metode dengan cara mewawancarai Kepala Bagian, Staf dan para Kayawan PT.BFI *Finance.tbk* secara langsung yang menjadi sumber

informasi tentang sistem pelayanan dan sistem kerja yang diunggulkan PT.BFI *Finance.tbk* dibandingkan perusahaan sejenisnya yang lain.

3. Kepustakaan

Dengan cara mengambil bahan-bahan dan pengumpulan data dari sumber-sumber lain yang berhubungan dengan masalah yang di teliti agar dalam proses pembuatan sistem tidak terjadi kesalahan data atau kekurangan data yang ingin diinputkan serta di kembangkan dalam sistem promosinya.

1.6.2 Analisis

Dalam metode ini penulis melakukan analisis tentang bagaimana caranya membuat iklan video yang mudah dipahami dan mudah diingat tanpa melanggar norma yang ada sehingga masyarakat dan calon konsumen mengetahui secara detail tentang keunggulan dan kemudahan menjadi konsumen dari PT.BFI *Finance.tbk* Yogyakarta.

1.6.3 Produksi

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan di bentuk. Pada tahap ini di hasilkan perancangan iklan media sosial atau televisi yang sesuai dengan kebutuhan PT.BFI *Finance.tbk* dengan menggunakan beberapa perangkat lunak seperti Adobe premiere pro CS6, dan Adobe After Effects CS6. Dan pada tahap ini juga penulis menterjemahkan hasil proses perancangan menjadi suatu bentuk video untuk kebutuhan media sosial atau televisi dengan menggunakan camera Canon 60D dan Tripod.

1.6.4 Evaluasi

Merupakan tahap meletakkan sebuah iklan televisi untuk di tayangkan. Tahapan ini meliputi pengoreksian dan penayangan iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguakikan tentang latar belakang yang di teliti, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian yaitu pengertian multimedia, bentuk-bentuk pembelajaran dan masalah-masalah serta teori lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini dan software yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai sejarah berdirinya, dan gambaran umum perancangan sistem promosi pada "PT.BFI Finance.tbk", menganalisa sistem kerja, permasalahan, dan solusinya

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, dipaparkan hasil-hasil dari tahapan penelitian,dari tahap analisis, desain, implementasi desain, hasil testing dan implementasinya berupa penjelasan teoritik, baik secara kualitatif, kuantitatif, ataupun secara statistik. Kecuali itu, sebaiknya hasil penelitian juga di bandingkan dengan hasil penelitian tedahulu yang sejenis atau dengan keadaan sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran, Kesimpulan dapat mengemukakan kembali masalah penelitian (mampu menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah), hipotesis dan bukti-bukti yang dihasilkan dan akhirnya menarik kesimpulan apakah hipotesis yang diajukan itu diterima atau sebaliknya. Tidak diperkenankan penulis menyimpulkan masalah jika pembuktian tidak terdapat dalam hasil penelitian. Dalam pembuatan kesimpulan, hal-hal yang perlu diperkuat :

1. Behubungan dengan pembuktian hipotesis
2. Didasarkan pada analisis yang objektif
3. Diperkuat dengan bukti-bukti yang telah ditemukan.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisi tentang referensi-referensi yang telah digunakan selama pembuatan tugas akhir ini sebagai acuan yang mendukung.