

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Video adalah kombinasi dari gambar, suara dan teks. Video dan animasi yang ditampilkan adalah sekumpulan banyak gambar dalam urutan cepat yang menghasilkan efek gerak. Perbedaan dari keduanya hanyalah dalam pengambilan gambar, gambar dalam video diambil dari kenyataan, sedangkan gambar-gambar pada animasi diambil dari gambar buatan tangan atau gambar yang dihasilkan dari komputer. [1]

Toko Simura adalah toko yang bergerak dalam bidang Elektronik. Toko Simura adalah sebuah toko yang terletak di Jl. Gejayan No. 28 Yogyakarta. Toko Simura menyediakan banyak jenis kamera, bukan hanya kamera peralatan elektronik banyak juga tersedia di situ. Simura kamera juga menyediakan Printer. Toko Simura mempunyai cabang toko di kota lain. Pusat Toko Simura ada di Jakarta dan mempunyai banyak cabang ada di Bekasi dan Yogyakarta. Toko Simura dalam kegiatan operasinya menerapkan dua sistem penjualan, yaitu penjualan secara langsung melalui toko dan sistem penjualan dengan istilah *mobile*.

Sistem penjualan secara langsung biasanya pihak karyawan hanya pasif dan menunggu ada konsumen yang masuk ke dalam toko untuk membeli, sedangkan sistem *mobile* pihak karyawan dari Toko Simura bertindak aktif dengan cara melakukan penawaran kerjasama ke perusahaan-perusahaan baik

swasta maupun instansi pemerintahan dengan cara mengajukan Kamera maupun Printer. Dan ini menjadi kelebihan dari Simura Kamera.

Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi, banyak pesaing-pesaing baru bermunculan baik pesaing lama yang membuka cabang baru yang turut andil mengambil peluang dari situasi yang terjadi, hal tersebut tentunya berpotensi besar mengurangi pangsa pasar dari Simura Kamera. Demi menanggulangi hal tersebut Simura Kameraperlu meningkatkan kinerjanya agar tetap mampu bersaing dengan para pesaingnya. oleh karena itu dibutuhkan media promosi yang tepat seperti periklanan dalam bentuk video untuk menarik konsumen berkunjung ke Simura Kamera. Berdasarkan hal tersebut maka, iklan ini dibuat untuk sebagai sarana informasi dan promosi Simura Kamera dengan menggunakan teknik *live shoot* serta menambahkan *motion graphic*.

Melalui media iklan televisi, biaya yang akan dikeluarkan pastilah besar, akan tetapi jangkauan informasinya dapat di ketahui oleh masyarakat luas. Maka dari itu saya membuat skripsi dengan judul **“Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi untuk Cv.Simura Kamera Yogyakarta Sebagai Media Promosi”**.

Dengan harapan setelah adanya video iklan tersebut dapat meningkatkan minat masyarakat Indonesia khususnya di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta untuk datang dan membeli Kamera ataupun alat elektronik lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah di kemukakan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana strategi kreatif untuk merancang iklan

Toko Simura Kamera sebagai sarana informasi dan promosi dengan menggunakan teknik *live shoot* dan menggabungkan animasi *motion graphic*?”

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 Toko Simura Kamera ini dibuat dalam durasi 50 detik.
2. Teknik yang digunakan pembuatan iklan ini adalah *live shoot* dan *motion graphic*.
3. Iklan yang dibuat adalah iklan televisi atau media sosial.
4. Kualitas iklan yang dihasilkan adalah HDTV 720p 24 High Quality Video, 1280 x 720 Video Size dengan type data (.mp4).
5. Penelitian ini hanyai sampai uji coba iklan kepada pihak Toko Simura Kamera dan penayangan satu kali di televisi atau sosial media oleh pihak peneliti.

6. Perangkat Lunak yang digunakan (Software)

Video iklan ini dibuat menggunakan beberapa perangkat lunak seperti Adobe premiere pro CS6, dan Corel Draw X7, Adobe Audition CS6

7. Perangkat Keras yang digunakan (Hardware)

Tripod, Camera Sony Nex 7

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat video iklan sebagai sarana promosi Toko Simura Kamera dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

1.5 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan antara lain:

1. Pengumpulan Data

a. Metode pengamatan langsung (*observasi*)

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan di teliti. Misalnya di lokasi tempat penelitian dan beberapa obyek lainnya.

b. Metode wawancara (*interview*)

Metode wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan mengadakan suatu tanya jawab secara langsung dengan bapak Dede Kusnadi toko Simura untuk mendapatkan informasi maupun data yang diperlukan.

c. Metode Kepustakaan

Metode ini sebagai dasar dari penyusunan skripsi, dipergunakan buku kepustakaan yang meliputi literatur, catatan

kuliah, serta referensi lain yang mendukung penulisan skripsi ini.

d. Kearsipan

Pengumpulan data dengan pengumpulan dokumen – dokumen yang telah ada untuk dilakukan analisa.

2. Analisis

Yaitu menguraikan iklan televisi untuk diidentifikasi dan di evaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan, dan kebutuhan yang di harapkan sehingga dapat di usulkan perbaikan – perbaikannya.

3. Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan di bentuk. Pada tahap ini di hasilkan perancangan iklan media sosial atau televisi yang sesuai dengan kebutuhan Toko Simura Kamera dengan menggunakan beberapa perangkat lunak seperti Adobe premiere pro CS6, Corel Draw X7, dan Adobe Audition CS6.

4. Pengambilan Gambar dan Editing

Menterjemahkan hasil proses perancangan menjadi suatu bentuk video untuk kebutuhan media sosial atau televisi dengan menggunakan camera Sony Nex 7 dan Tripod.

5. Implementasi

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

1.6 Sistematika Penulisan

Pelaksanaan pembuatan skripsi ini meliputi beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, pengenalan perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan dan penyelesaian video iklan yang akan dibuat.

BAB 3 : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan yaitu analisa SWOT, analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan sistem, serta perancangan naskah, story board dan perancangan jadwal syuting.

BAB 4 : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjabarkan langkah – langkah pembuatan video mulai dari pengambilan video, editing, rendering sampai tahap akhir.

BAB 5 : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang menjadi referensi/acuan dalam penyusunan tugas akhir ini.

