

BAB I

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini periklanan penggunaan media bayaran oleh seorang penjual atau sebuah organisasi dan perusahaan untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (dapat berupa ide, barang dan jasa) sebagai alat promosi yang kuat. Dalam pembuatan iklan dibutuhkan suatu ide yang dapat menarik rasa ingin tahu konsumen. Oleh karena itu produsen harus mempunyai ide yang kreatif sehingga konsumen tertarik untuk mencoba produk yang ditawarkan. Hal tersebut sangat bermanfaat bagi produsen baru yang ingin memasarkan produknya.

Perkembangan teknologi yang ada mendukung untuk menciptakan teknik-teknik yang baru dalam pembuatan suatu video iklan. Penggunaan teknik live shoot sudah tidak asing lagi, namun dengan menggabungkan teknik live shoot dan beberapa teknik animasi lain seperti slow motion, motion tracking dan glitch merupakan hal yang masih jarang digunakan. WSR.STUFF adalah sebuah toko online yang menjual barang-barang pantas pakai. Toko ini belum mempunyai website bahkan toko fisik untuk memasarkan produknya. WSR.STUFF memanfaatkan media Instagram untuk memasarkan produknya. Instagram dinilai sangat efektif sebagai media berjualan disamping biayanya gratis, semua orang saat ini khususnya remaja sangat aktif membuka Instagram setiapharinya. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk

menerapkan teknik *live shoot* yang di gabungkan dengan beberapa teknik *slow motion tracking* dan *glitch* dengan judul **Perancangan dan Pembuatan Video Periklanan Sebagai Media Promosi pada WSR.STUFF Yogyakarta.**

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yaitu "*Bagaimana merancang dan membuat video periklanan sebagai media promosi pada WSR.STUFF Yogyakarta?*"

1.2 Batasan Masalah

Dalam suatu penelitian, ruang lingkup penelitian harus diperhatikan benar oleh penelitian. Agar penelitian tersebut tidak menyimpang dari sasaran, maka harus dibuat batasan-batasan masalah sebagaiberikut :

1. Teknik pengambilan gambar dilakukan secara *live shoot*.
2. Iklan yang akan ditayangkan di website.
3. Materi iklan dalam format MP4.
4. Software yang digunakan untuk pembuatan iklan yaitu :
 - a) Adobe Premiere Pro

Adobe Premiere Pro merupakan program aplikasi video editing yang sangat terkenal dan banyak digunakan untuk video editing. Premiere telah menjadi standar program aplikasi video editing, karena kemampuannya yang baik dan lengkap untuk mengedit, memberi transisi, memberi efek dan lain-lain pada klip video.

- b) Adobe Photoshop

Adobe Photoshop merupakan program aplikasi pengolahan gambar yang banyak di gunakan, selain karena kemampuannya yang baik dan lengkap, software ini digunakan agar membantu mempermudah dalam pengerjaan pembuatan iklan.

5. Iklan yang berbentuk video berdurasi 60 detik
6. Iklan promosi ini untuk masyarakat umum

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk memenuhi syarat kelulusan program Strata I Teknik Informatika Transfer di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Untuk merancang dan membuat video periklanan sebagai media promosi pada WSR.STUFF Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain :

1. Mempraktikan ilmu yang dipelajari yang didapat selama perkuliahan di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Mendapatkan gelar sebagai Sarjana Komputer (S. Kom) karena telah menyelesaikan kuliah untuk jenjang Teknik Informatika Transfer pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Dapat memperoleh wawasan secara nyata dari penelitian yang telah dilakukan.

1.4.1 Bagi Perusahaan/Instansi :

1. Sebagai salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dan mengenalkan kepada masyarakat tentang produknya.
2. Dengan dibuatnya iklan ini diharapkan masyarakat bisa mengubah pola pikir masyarakat bahwa untuk terlihat modis tidak hanya dengan barang baru saja dengan barang pantas pakai pun bisa.

1.4.2 Bagi Pengembang :

Dapat menambah referensi atau ide-ide baru dalam pembuatan video periklanan.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur yang digunakan untuk melakukan penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Studi Kasus

Metode pada dasarnya mempelajari secara intensif minat Masyarakat untuk membeli pakaian dalam kurun waktu yang ditentukan.

2. Metode Kepustakaan

Metode pengumpulan data dengan membaca buku-buku dan artikel tentang multimedia, pemasaran dan iklan televisi yang diperoleh dari

koleksi pribadi, perpustakaan, white paper dan file internet untuk membantu di dalam menyelesaikan dan juga untuk melengkapi data yang berhubungan dengan masalah promosi WSR.STUFF.

1.5.2 Metode Analisis

Analisis SWOT yang di gunakan untuk mengidentifikasi masalah yang ada di WSR.STUFF dan mengelompokkan berdasarkan klasifikasi *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Treath* (ancaman), kemudian menentukan pemecahan atau solusi permasalahannya.

1.5.3 Metode Perancangan Iklan

a. *Brainstorming*

Suatu bentuk diskusi dalam rangka himpunan dan gagasan, pendapat, informasi, pengetahuan, dan pengalaman sehingga ide-ide yang kreatif.

b. *Storyline*

Jalan rencana cerita iklan televisi dalam bentuk tulisan.

c. *Storyboard*

Jalan rencana cerita iklan televisi dalam bentuk gambar dan tulisan.

1.5.4 Metode Pengembangan

a. Tahap Produksi

1. Syuting yaitu tahap pengambilan gambar dan video yang sudah ditentukan berdasarkan tema iklan televisi.

2. Perekaman suara yaitu pengambilan dalam bentuk suara atau audio yang digunakan untuk komponen iklan.
 3. Pengaturan pencahayaan yaitu mengatur komposisi cahaya agar hasil pengambilan gambar dan video bisa maksimal.
 4. Pemilihan kamera sangat penting karena menentukan alat pengambilan gambar sesuai dengan kebutuhan.
- b. Tahap Pasca Produksi
1. Editing : menentukan dalam penggabungan gambar, video gambar, suara kemudian menambahkan efek animasi.
 2. Rendering : mengpacking dalam bentuk format yang sudah ditentukan
 3. Penyiaran : mempublikasikan melalui iklan website.

1.5.5 Metode Pengetesan Unit

Tahap ini dari pengetesan masing-masing iklan secara terpisah dalam sistem multimedia. Secara luas, fungsi dari masing-masing pengetesan adalah sebagai garansi bahwa iklan tersebut sudah dibuat sesuai dengan tema, storyboard, dan naskah.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan konsep dan teori dasar yang menjadi acuan dalam pembuatan dan pemecahan dari masalah yang dibahas.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini akan membahas latar belakang Perusahaan dan menklaskan tahap pra produksi yang meliputi analisis dan perancangan iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang proses pembuatan dan hasil pembuatan iklan

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan yang disimpulkan dari pembahasan pembuatan iklan ini serta saran baik berupa kritik dan gagasan untuk pengembangan iklan kedepannya agar lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA