

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di bidang multimedia saat ini sudah semakin pesat. Hal ini berdampak pada semakin mudahnya untuk memperoleh maupun menyebarkan informasi lewat media digital. Video merupakan salah satu alat untuk mempermudah penyampaian informasi karena video memiliki kelebihan menarik indera dan menarik minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan sehingga seiring berkembangnya teknologi video juga banyak digunakan dalam periklanan. Iklan merupakan setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seseorang untuk membeli barang atau jasa atau berfikir dan bertindak sesuai dengan keinginan pemasang iklan.

Karya Abadi merupakan usaha yang bergerak dibidang kerajinan berupa kaligrafi dinding berbahan dasar kuning. Awal mula usaha ini berdiri pada tahun 1990 yang didirikan oleh Alm Bapak Samsudin. Pemasaran yang di lakukan beliau hanya melalui jualan keliling sampai tahun 2002. Hingga Akhirnya bekerja sama dengan sales untuk memasarkan produknya sampai tahun 2017. Selanjutnya usaha ini dipegang oleh anaknya yang bernama Furkon Ahmad Mustofa dengan nama baru yaitu Art Karya Abadi setelah meninggalnya Bapak Samsudin. Kemudian di tangan pemilik yang sekarang, usaha ini mulai dibenahi ulang dengan cara memasarkan produknya berbasis digital melalui media social khususnya instagram.

Hal ini dikarenakan pemasaran hanya melalui sales dirasa sangat kurang untuk bisa memperluas pemasaran produknya. Dari permasalahan ini, penulis berusaha untuk membantu perusahaan untuk membuat sebuah iklan instagram guna memperluas pemasaran digital.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mencoba untuk membuat iklan media social untuk Art Karya Abadi sekaligus melakukan penelitian dan penyusunan skripsi, yaitu "Pembuatan Iklan sebagai Media Promosi pada Art Karya Abadi".

1.2 Rumusan Masalah

Setelah mengkaji dan melihat latar belakang yang penulis paparkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : "Bagaimana membuat Iklan sebagai Media Promosi pada Art Karya Abadi?"

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan ini perlu dibuat batasan masalah agar persoalan yang dihadapi lebih terarah, pembahasan tidak terlalu lebar dan untuk memudahkan penulis dalam penyelesaiannya. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya :

1. Menerapkan penggabungan *live shoot* dan teknik *motion graphic* menjadi sebuah iklan.
2. Informasi yang terdapat pada iklan ini berupa informasi produk,toko, akun social media, dan kontak dari Art Karya Abadi..
3. Iklan ini dibuat untuk ditayangkan melalui media social instagram
4. Hasil akhir format video ini adalah *file* MP4 berdurasi 1 menit

5. Penelitian tidak membahas proses pembuatan backsound musik.
6. Penelitian berakhir hingga video ini diserahkan kepada pihak perusahaan

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud penelitian

1. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam berkreaitifitas khususnya dalam pembuatan video iklan.
2. Untuk mengamati pemasaran produk kerajinan kuningan pada Art Karya Abadi.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan Starta 1 (S1) pada jurusan Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Merancang dan membuat iklan media sosial sesuai kebutuhan perusahaan untuk dijadikan media promosi yang lebih efektif.

1.5 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Metode yang diperoleh dari pengamatan langsung ke tempat produksi dan toko dari perusahaan.

2. Metode Wawancara

Yaitu mendapatkan informasi dengan mewawancarai langsung owner dari Art Karya Abadi.

3. Metode Kepustakaan

Mengumpulkan data dengan membaca buku yang berkaitan dengan tema judul skripsi yang penulis ambil. Pengumpulan data dengan metode kepustakaan akan menambah referensi materi yang akan penulis tuangkan dalam penulisan skripsi ini.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT, karena metode analisis SWOT tersebut merupakan metode yang tepat untuk menganalisa tujuan dalam perusahaan dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menguntungkan dan merugikan dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut.

1.5.3 Metode Perancangan

Dalam metode perancangan pembuatan video iklan ini melalui beberapa tahapan yaitu:

1. Tahap Praproduksi
2. Tahap Produksi
3. Tahap Pascaproduksi

1.5.4 Metode Evaluasi

Merupakan prosedur ilmiah yang sistematis yang dilakukan untuk mengukur hasil program (efektivitas suatu program) sesuai dengan tujuan yang direncanakan, dengan cara mengumpulkan, menganalisis, dan mengkaji pelaksanaan program yang dilakukan secara objektif.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan gambaran secara lengkap mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan laporan skripsi.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendasari dalam penelitian ini, yaitu tentang multimedia, iklan dan motion graphic

3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini akan membahas tentang obyek penelitian, profil, visi dan misi perusahaan serta memaparkan metode analisis yang digunakan berdasarkan masalah yang ada hingga penjelasan tentang perancangan dan pembuatan iklan (pra produksi).

4. BAB IV IMPLEMENTAI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang implementasi (pembuatan) *video* iklan. Yaitu meliputi tahap produksi, tahap pascaproduksi dan pengujian (*testing*) iklan.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini akan menguraikan kesimpulan dari pelaksanaan seluruh kegiatan dan beberapa saran dari penulis tentang penelitian yang telah dilakukan.

