

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang

Pada era yang semakin maju dimana digitalisasi telah berkembang diberbagai sektor tidak menutup kemungkinan kita tidak bisa menolak perubahan tersebut. Salah satu yang paling akrab dengan kita adalah jual beli, dan jual beli membutuhkan media promosi. Tak hanya itu dalam jual beli pasti terjadi penukaran entah dalam hal uang dengan barang atau uang dengan jasa semuanya membutuhkan promosi atau show information bahwasannya ada suatu produk atau layanan jasa yang dibutuhkan masyarakat khususnya pembeli atau customer yang membutuhkan informasi seputar barang atau jasa yang mereka butuhkan. Beberapa dekade perkembangan iklan cukup signifikan khususnya iklan bergambar dimana pemilik usaha bisa menawarkan barang atau jasanya di iklan tersebut. Dalam perkembangannya kini iklan dipadu dengan perkembangan jaman yang semakin modern dimana iklan digital sudah dipasang di berbeagai sektor seperti dijalan raya, mall, pusat pertokoan, pasar, rumah sakit, kantor dan berbagai tempat yang memungkinkan utuk keberadaan iklan digital tersebut.

GorgeousNightmare sebagai rekan kerjasama saya dalam pembuatan skripsi ini menuturkan bahwasanya iklan atau layanan promosi sangat dibutuhkan bagi mitra usaha menengah agar lebih dikenal oleh masyarakat sehingga mendongkrak nilai jual maupun citra dalam sebuah perusahaan. Brand yang sudah lama berkecimpung dibidang pakaian ini juga ingin memajukan dan mensejahterakan masyarakat lokal di beberapa daerah dengan menggaet potensi – potensi lokal dan mengurangi garis kemiskinan dengan memperkerjakan potensi-potensi tersebut. Berdasarkan perihal diatas penulis selagi penyusun skrip tertarik untuk memberikan kerjasama dengan membuat iklan layanan promosi yang berfokus pada iklan televisi dan menyajikan laporan produksi dalam skripsi yang

berjudul “Pembuatan Iklan Televisi Merek Pakaian *Gorgeous Nightmare* Sebagai Media Promosi Berbasis *Avi Cinematic*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan keterangan yang tertulis pada latar belakang maka dapat disimpulkan bahwa adanya suatu rumusan masalah yaitu, bagaimana membuat media promosi iklan yang berbasis video yang dapat menarik minat penonton agar tertarik untuk membeli produk yang diiklankan?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka batasan masalah yang di lampirkan, yaitu :

1. Iklan dibuat untuk menarik minat konsumen terhadap produk *Gorgeous Nightmare*.
2. Peneliti menawarkan penerapan iklan video berbasis *cinematic*.
3. hasil pembuatan iklan tersebut akan berdurasi 30 detik.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian yang saya kerjakan adalah sebagai berikut :

1. Membuat video iklan televisi berbasis *avi cinematic* untuk *Gorgeous Nightmare brand*.
2. Memberi informasi serta memperkenalkan *Gorgeous Nightmare* kepada pemirsa.
3. Menekan pertumbuhan keuntungan atau *benefite* pada keuangan *Gorgous Nightmare Brand*.

4. Dan sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan program Strata 1 Sistem Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat video iklan berbasis avi cinematic sebagai media promosi foto bergerak.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang saya lakukan adalah untuk mengetahui sekmen pasar sebagaimana dampak dari diterbitkannya iklan brand *Gorgeous Nightmare* dan mengetahui efek penjualan setelah dibuatnya iklan televisi ini. Sehingga tiap brand indie tertarik untuk mempromosikan brandnya secara digital.

1.6 Metode Penelitian

Pengertian Metode Penelitian adalah tata cara bagaimana suatu penelitian akan dilaksanakan

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data sehingga tercipta sebuah karya, sang penulis melakukan beberapa metode pengumpulan data, antara lain :

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode observasi adalah melakukan pengumpulan data secara langsung mendatangi kantor atau rumah pemilik *Gorgeous Nightmare* brand

1.6.1.2 Metode Wawancara

Data yang penulis dapatkan diperoleh dari tahapan melakukan interview adanya tanya jawab bersama owner *Gorgeous Nightmare* brand dan dapat memperoleh informasi secara akurat.

1.6.2 Metode Studi Pustaka

Metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku-buku dan beberapa sumber yang terpercaya sehingga memiliki dasar yang kuat. Tidak hanya buku cetak namun buku referensi dan beberapa buku literatur yang lain.

1.6.3 Metode Perancangan

Peneliti sebagai penulis juga menggunakan metode perancangan sehingga dapat mendapatkan iklan video yang diinginkan. Dari mulai menentukan ide cerita, pengumpulan data, pembuatan naskah hingga pembuatan storyboard

1.6.4 Metode Pengembangan

Menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi recording video menggunakan kamera lalu tahap pascaproduksi yang meliputi editing dan rendering.

1.6.5 Metode Testing

Memberi suatu karya yang maksimal namun memiliki seni yang bagus peneliti melakukan tahap testing agar hasil dari video iklan tersebut terasa pas atau sempurna dihati pemilik brand dan saya sebagai penulis.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dipahami, penulis menyusun laporan skripsi secara sistematika yang dibagi atas beberapa bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Di bab ini penulis menguraikan persoalan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam BAB II penulis menguraikan tinjauan pustaka dan masalah mengenai pengenalan iklan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya beli konsumen terhadap Gorgeous Nightmare brand.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada BAB III penulis menulis tentang profil GORGEOUS NIGHTMARE, pembahasan singkat mengenai ide cerita, naskah, storyboard, dan analisis mengenai produksi.

BAB VI IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Di BAB IV ini penulis membahas persoalan tentang proses produksi dan pascaproduksi, dimana pada tahap produksi membahas tentang pembuatan bahan-bahan iklan video dan membahas bagaimana mengimplementasikan teknik-teknik editing dan rendering.

BAB V KESIMPULAN

Pada Bab Penutup ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang bersifat konstruktif sehingga dapat digunakan sebagai bahan peninjauan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber ataupun buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi.