

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam pembuatan video Iklan suatu badan usaha karena dapat mempresentasikan visi dan misi badan usaha atau yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu video iklan juga dapat digunakan sebagai marketing tool yang efektif dan komunikatif untuk sarana mengenalkan usaha disuatu tempat, karena video iklan terdapat unsur visual seperti, audio, video, animasi, gambar, dan text. Berbeda dengan media cetak yang memiliki keterbatasan dalam menyampaikan informasi berupa video, animasi, dan audio.

UD.MFD Relax merupakan sebuah perusahaan yang terletak di Provinsi Jawa Tengah tepatnya di Kabupaten Klaten. Perusahaan ini bergerak di bidang tekstil yang menyediakan kain perca. Dalam mengembangkan usahanya, UD.MFD Relax melakukan promosi-promosi seperti toko kecil dan lainnya. Bentuk promosi yang dilakukan yaitu menggunakan kartu nama, Blogspot. Kegiatan promosi juga dilakukan pada *event-event* seperti simposium, *workshop* (seminar) dan kongres yang terletak di wilayah Klaten dan sekitar Jawa Tengah. Media yang digunakan saat ini dirasa sudah cukup, namun belum mampu menyampaikan promosi dan informasi secara lengkap, serta keunggulan yang tidak bisa ditampilkan seperti visualisasi produk.

Dari permasalahan tersebut maka diusulkan pembuatan media promosi dan informasi video profil dengan teknik *motion graphic*. Video ini memiliki keunggulan yaitu dapat mencakup lima unsur multimedia sekaligus, yaitu video, teks, gambar, animasi dan suara. Teknik ini diharapkan dapat menyajikan visualisasi data menggunakan gambar, video atau grafik suatu informasi secara sederhana tanpa mengurangi informasi yang ada dan sebagai pendukung media promosi yang lama. Pengemasan visualisasi dengan video profil akan mampu menyampaikan informasi tentang UD.MFD Relax secara jelas.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka diusulkan pembuatan video profil demi mendukung penyajian promosi dan informasi di UD.MFD Relax. Maka dari itu judul penelitian ini adalah "Perancangan dan Pembuatan Iklan Kain Perca di UD.MFD Relax sebagai Media Promosi".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah "Bagaimana membuat sebuah video profil UD.MFD Relax sebagai media promosi?"

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian video profil adalah UD.MFD Relax.
2. Teknik yang digunakan adalah teknik *motion graphic*.
3. Aplikasi yang digunakan adalah Adobe Photoshop CC 2017, Adobe After Effects CC 2017, Adobe Premiere Pro CC 2017.

4. Hasil penelitian berupa video berdurasi antara 10 detik-30 detik.
5. Menggunakan format video H.264 dengan resolusi HD 720p (1280 x 720 pixel) dan berekstensi .MP4.
6. Hasil video profil akan ditayangkan pada media *online* yaitu YouTube dan Instagram.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

1. Membuat iklan UD.MFD Relax sebagai media promosi.
2. Mengenalkan kepada calon pelanggan dan masyarakat tentang UD.MFD Relax.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Menerapkan teknik *motion graphic* pada UD.MFD Relax.
2. Memberikan referensi dan pengetahuan untuk membuat sebuah media promosi berupa iklan.
3. Sebagai syarat kelulusan untuk menyelesaikan Program Studi Strata 1 jurusan Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan bertujuan agar hasil penelitian dapat lebih terarah dan data yang diperoleh lebih akurat. Penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu sebagai berikut:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang responden, caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka.

2. Metode Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis pada objek yaitu UD.MFD Relax. Metode ini bertujuan untuk melengkapi data agar informasi yang diterima lebih akurat.

1.5.2 Metode Analisis

1. Analisis SWOT

Menurut Fajar Nur'aini Dwi Fatimah (2016), analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*) merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan.

2. Analisis Kebutuhan

Menurut Janner Simarmata (2010), tujuan dari fase analisis adalah memahami sebenarnya kebutuhan dari sistem baru dan mengembangkan sebuah sistem yang mawadahi kebutuhan tersebut, atau memutuskan bahwa sebenarnya pengembangan sistem baru tidak dibutuhkan.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan dalam sistem multimedia meliputi:

1. Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum multimedia komersial diproduksi secara nyata. Perencanaan

secara baik sebelum diproduksi dapat menghemat biaya yang dikeluarkan pemesan multimedia komersial. Hal inilah manfaat utama tahap pra produksi.

2. Tahap Produksi

Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini editing dilakukan, suara *backsound* ditentukan, pembuatan *character* diatur

3. Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca produksi tersebut meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi, penggandaan, dan penyerahan atau penyiaran (untuk iklan TV).

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika skripsi Video Iklan di UD.MFD Relax ini dibagi menjadi lima bagian, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan dasar teori dan tinjauan pustaka. Teori-teori yang digunakan sebagai acuan pembuatan sistem multimedia dan pengetahuan dasar teknologi yang mendukung pembuatan video iklan sebagai media promosi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai, proses bisnis, promosi, analisis SWOT, analisis kebutuhan dan pra produksi pada UD.MFD Relax.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil pengujian dan implementasi video iklan UD.MFD Relax yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibuat dan juga saran-saran perbaikan untuk pengembangan video iklan selanjutnya agar menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang menjadi referensi/acuan dalam penyusunan skripsi.