

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Periklanan merupakan 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. Sebuah iklan yang baik dapat menarik rasa penasaran para konsumen sehingga konsumen tersebut tertarik untuk mencoba produk yang ditawarkan. Bagi produsen iklan bukan hanya menjadi alat promosi barang maupun jasa semata, melainkan juga untuk menanamkan citra perusahaan kepada konsumen maupun calon konsumen. Iklan seringkali mengajak konsumen untuk percaya kepada produk sehingga mendorong calon konsumen untuk mengkonsumsi maupun mempertahankan loyalitasnya terhadap sebuah produk atau jasa. Iklan bisa sangat berpengaruh terhadap sebuah produk karena sebuah iklan yang menarik dapat membuat calon konsumen penasaran dan memiliki keinginan untuk mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.

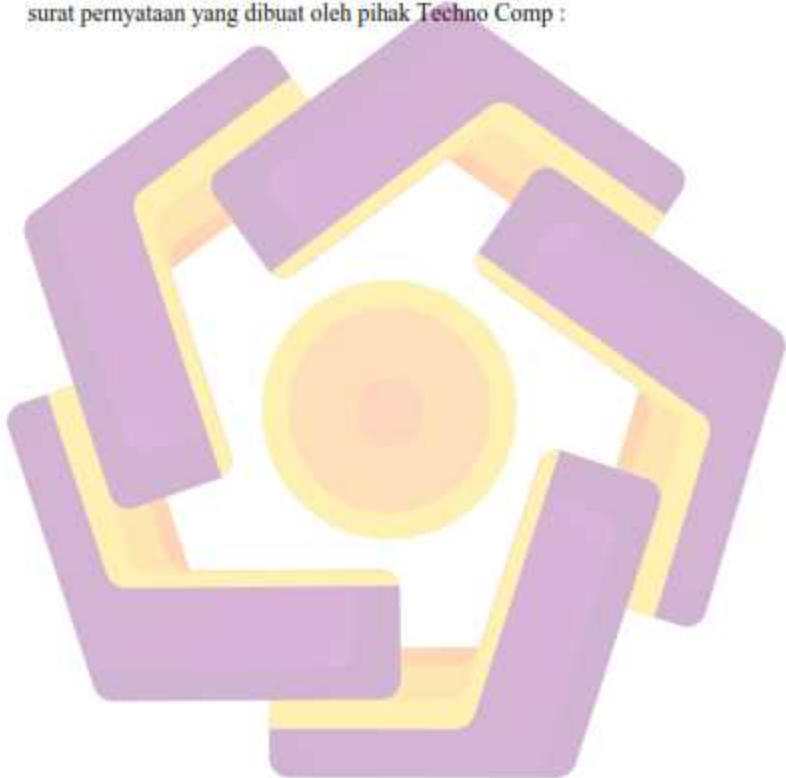
Teknik *stop motion* adalah teknik di mana sebuah obyek berupa boneka, model, atau gambar yang digerakkan oleh tangan animator dengan memindahkan posisi secara perlahan-lahan. Disetiap gerakan direkam dengan kamera foto ataupun kamera *shooting*. Dan hasil rekaman tersebut bergerak disusun berurutan, maka yang tercipta adalah kesan seolah-olah obyek tersebut bergerak dan hidup. Perkembangan *stop motion* di Indonesia masih jarang digunakan, karena teknik animasi *stop motion* termasuk teknik lama dan memerlukan kesabaran yang tinggi

dalam pembuatannya. Namun animasi teknik *stop motion* mempunyai ciri khas dan gerakan-gerakan yang dihasilkan memberikan sensasi animasi yang unik dan menarik. Oleh karena itu penggunaan teknik ini memiliki banyak peluang dalam menarik perhatian masyarakat.

Techno Comp merupakan sebuah perusahaan yang berada di Kota Kebumen tepatnya sebelah timur yaitu Prembun. Perusahaan ini bergerak di bidang teknologi. Kemajuan di bidang teknologi yang semakin pesat saat ini menuntut produsen untuk lebih kreatif lagi dalam memasarkan produk dan jasanya. Oleh karena itu Techno Comp membuat video periklanan untuk mempromosikan produk dan jasanya agar dapat dikenal dalam jangkauan daerah Kebumen dan sekitarnya (Purworejo). Sebelumnya promosi hanya dilakukan dalam bentuk banner saja. Hal tersebut di rasa masih kurang menarik perhatian konsumen dalam pengenalan dan pemasaran jasa dari Techno Comp. Saat ini lebih banyak orang memilih menggunakan media elektronik sebagai media promosi, karena jangkauan yang dicapai lebih luas dan media elektronik menyajikan tampilan audio dan visual sehingga lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Dalam pembuatan video iklan ini menggunakan konsep *stop motion* karena untuk menggambarkan atau menyatukan beberapa foto yang berbeda dari suatu gambar atau objek, kita bisa mendapatkan gambaran proses terjadinya sesuatu dengan animasi yang menarik. Dari hasilnya sendiri bahwa setiap pergerakan objek tersebut di foto (*frame individual*) akan menciptakan ilusi gerakan ketika serangkaian *frame* dimainkan berurutan secara berkesinambungan,

secara fisik seperti terlihat bergerak sendiri. Dengan surat pernyataan ini bahwa pihak Techno Comp menyatakan bahwa telah menerima hasil dari penelitian Tugas Akhir yang berjudul "Perancangan dan Pembuatan Iklan pada Techno Comp Prembun dengan Konsep Stop Motion Sebagai Media Promosi". Berikut surat pernyataan yang dibuat oleh pihak Techno Comp :





No : 9028/SIP/PIMPINAN/TECHNO COMP PREMBUN/XI/2017

Lamp :-

Hal : Persetujuan Hasil Dari Tugas Akhir

Dengan Hormat,

Kami dari pihak Techno Comp telah meninjau dan melihat hasil karya iklan mengenai toko kami yang dibuat oleh :

Nama : Devita Sendi Anggraeni

No. Mhs : 14.01.3374

Asal Kampus : Universitas Amikom Yogyakarta

Dengan ini menyatakan telah menyetujui hasil karya dari Tugas Akhir yang berjudul :

Perancangan dan Pembuatan Iklan pada Techno Comp Prembun dengan Konsep Stop Motion Sebagai Media Promosi

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih.

Prembun, 29 Desember 2017

Hormat Kami,
Pimpinan Pemilik (Techno Comp Prembun)

Haryanto, K.I.

Gambar 1.1 Surat Pernyataan

Selanjutnya video iklan tersebut akan ditayangkan di youtube, karena youtube itu mempunyai kelebihan seperti forum jadi orang lain bisa berdiskusi tentang apa yang kita *share* selain itu untuk beriklan di *youtube* gratis dan bisa di bayar jika kontennya berkualitas dan berkelanjutan.

Video iklan ini sudah informatif secara umum dalam menginformasikan produk atau jasa yang terdapat pada pihak Techno Comp Prembun.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu, Bagaimana menerapkan teknik *stop motion* yang dapat digunakan sebagai iklan yang ditujukan kepada Techno Comp Prembun ?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari kemungkinan keluar dari pokok bahasan, maka dibatasi ruang lingkup yang lebih sempit, adalah sebagai berikut :

1. Iklan ini dibuat hanya untuk mempromosikan produk dan jasa dari Techno Comp Prembun.
2. Bagaimana langkah – langkah pembuatan *stop motion*.
3. Teknik *Stop motion* yang digunakan adalah teknik *cut-out*.
4. Penayangan di sosial media.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menentukan persyaratan kelulusan untuk jenjang Diploma III pada Universitas Amikom Yogyakarta
2. Membuat video iklan yang sesuai dengan kebutuhan objek.
3. Memperkenalkan Techno Comp Prembun kepada masyarakat, melalui video iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari adanya pembuatan Tugas Akhir ini, yaitu :

Bagi Penulis :

1. Mempraktikkan ilmu yang telah dipelajari dan didapat selama perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Mendapatkan title sebagai Ahlimadya Komputer (A.Md) karena telah menyelesaikan kuliah untuk jenjang Diploma III pada Sekolah Tinggi Manajemen Informasi dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.
3. Dapat memperoleh wawasan secara nyata dari penelitian yang telah dilakukan.

Bagi Perusahaan :

1. Sebagai salah satu cara untuk mempromosikan cara mereparasi laptop dari Techno Comp.
2. Sebagai salah satu cara meningkatkan citra perusahaan dan loyalitas konsumen.

3. Dengan dibuatnya iklan *stop motion* ini diharapkan dapat menarik perhatian konsumen sehingga meningkatkan angka penjualan.

Bagi Pengembang :

1. Dapat menambah referensi atau ide-ide baru dalam pembuatan video periklanan.
2. Dapat memperkenalkan teknik *stop motion* kepada masyarakat agar teknik ini dapat berkembang dan dapat diminati banyak kalangan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian guna menyelesaikan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa metodologi penelitian, yaitu :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

1. Metode Observasi (*Observation*)

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada Techno Comp.

2. Metode Wawancara (*Interview*)

Melalui metode ini penulis dapat memperoleh penjelasan dan pengarahan secara langsung dengan pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.

3. Metode Kepustakaan

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pekajian beberapa sumber referensi tertulis, antara lain : buku-buku yang relevan dan sumber-sumber internet, untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam pembuatan video periklanan.

1.6.2 Metode Analisis

Tahap selanjutnya setelah pengumpulan data yaitu menganalisa data-data yang dikumpulkan dan ditindak lanjuti untuk membuat rekomendasi dan solusi perancangan sebuah video periklanan.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada metode ini merancang konsep untuk pembuatan video periklanan yang disiapkan dengan konsep yang akan dibuat pada pra produksi, produksi dan pasca produksi.

1.6.4 Pra Produksi

Merupakan metode dimana segala kegiatan yang berhubungan dengan persiapan sebelum melakukan produksi seperti perancangan arsitektur proyek, gaya dan kebutuhan material untuk proyek, perancangan *storyboard*, perancangan tampilan, dan lain-lain.

1.6.5 Produksi

Merupakan metode implementasi dari tahap Pra Produksi seperti proses *shooting* guna mendapatkan hasil mentah yang nantinya akan di *edit*.

1.6.6 Pasca Produksi

Merupakan metode penyelesaian produksi multimedia menjadi hasil akhir. Pada tahap ini hasil yang diperoleh selama produksi *diditidn dirender* menjadi hasil akhir.

1.6.7 Testng Implementasi

Merupakan tahap lanjutan dari tahap pasca produksi. Berupa pengujian terhadap implementasi dari hasil produksi. Pada tahap ini dilakukan pencarian kekurangan dari hasil implementasi.

1.6.8 Evaluasi

Merupakan metode untuk mengevaluasi atau menyimpulkan sejauh mana video periklanan yang dibuat untuk dilakukan sebuah perbaikan atau tidak.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir ini diuraikan dalam beberapa bab, sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori-teori dari berbagai sumber yang digunakan sebagai referensi untuk mendukung dalam penulisan Tugas Akhir ini, baik teori umum maupun teori khusus.

BAB III : PERANCANGAN

Pada bab ini akan menjelaskan perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan, teknik pembuatan dan *editing* video. Dalam bab ini terdapat pula konsep dan *storyboard* iklan.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang testing dan implementasi dari hasil kinerja sistem yang dibangun dan diolah kedalam bentuk video.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan menjelaskan tentang kesimpulan dan hasil dari pembahasan penelitian selama perancangan hingga pembuatan *project*.

