

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan periklanan di Indonesia tidak pernah lepas dari perkembangan teknologi. Iklan merupakan sebuah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mengajak konsumen untuk berlangganan serta mempromosikan suatu produk dan jasa, untuk berfikir atau bertindak sesuai dengan keinginan pemasang iklan. Televisi sebagai salah satu media periklanan yang mempunyai keunggulan dibandingkan dengan media periklanan lainnya, karena televisi mampu menampilkan unsur kata-kata, musik, dan efek suara, serta gambar sekaligus. Pesan dalam iklan yang ingin disampaikan kepada khalayak dapat digambarkan secara lebih nyata. Agar *video* iklan menjadi lebih menarik penulis menggunakan teknik *live shoot* dalam pembuatan iklan My Car Rent and Trans.

Maka dari itu iklan TV merupakan sarana yang tepat untuk mempromosikan tempat usaha My Car Rent and Trans yang bergerak dibidang jasa penyewaan sebuah kendaraan bermotor dan travel yang berada di Yogyakarta. Selama ini My Car Rent and Trans dalam mempromosikan tempat usahanya itu hanya menggunakan media informasi poster, brosur, serta online seperti facebook, instagram, dan website. Dari data yang penulis ketahui langsung dari pihak My Car Rent and Trans jumlah konsumen yang menggunakan jasa My Car Rent and Trans pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 di setiap tahunnya hampir sekitar 300 sampai dengan 500 konsumen per-tahunnya yang

menggunakan jasa My Car Rent and Trans. Pertumbuhannya itu kurang sesuai dari target perusahaan tersebut 600 konsumen per-tahunnya.

Dengan demikian perancangan dan pembuatan *video* iklan ini sangatlah penting untuk memperluas jangkauan terhadap konsumen (My Car Rent and Trans) demi tercapainya target perusahaan. Oleh karena itu, penulis dalam pembuatan penelitian ini ingin membuat *video* iklan dengan tema perancangan dan pembuatan *video* iklan (My Car Rent and Trans) menggunakan teknik *live shoot* dan sedikit tambahan teknik *tracking* dan *motion grafik*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka timbul pertanyaan “bagaimana cara merancang dan membuat *video* iklan (My Car Rent and Trans) dengan menggunakan teknik *live shoot*”.

1.3 Batasan Masalah

Agar *video* iklan yang dibuat dapat mencapai sasaran dan tujuan yang diharapkan, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut :

- a) Iklan dibuat untuk My Car Rent and Trans sebagai media promosi dalam bentuk *video*.
- b) Peneliti menerapkan teknik *live shoot*.
- c) Informasi yang ditampilkan dalam *video* iklan adalah kemudahan kita dalam memesan kendaraan rental mobil cuma dengan cara menelepon atau sms dan kendaraan yang dipesan langsung diantar kelokasi yang sudah ditentukan.
- d) Target *video* iklan yang dihasilkan berdurasi sekitar 1 menit.

- e) Iklan ini hanya ditayangkan di TV lokal Yogyakarta yaitu RBTV.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam berkreaitifitas khususnya dalam pembuatan video iklan dan dapat digunakan oleh pihak pengelola.
- b) Memberikan referensi dan berbagai pengetahuan untuk membuat sebuah video iklan dan sebagainya.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Membuat video iklan sebagai media promosi dengan menerapkan teknik *live shoot*.
- b) Membuat media informasi terbaru sebagai tolak ukur perkembangan My Car Rent and Trans.
- c) Sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan Strata 1 (S1) pada jurusan Sistem Informasi sekolah tinggi manajemen informatika dan komputer STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- d) Membuat sebuah video iklan TV sebagai media promosi untuk (My Car Rent and Trans) dalam memperluas jangkauan terhadap konsumennya.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Penelitian Bagi Objek

Adapun manfaat penelitian bagi objek adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengelola My Car Rent and Trans.
2. Meningkatkan penilaian My Car Rent and Trans sebagai penyedia jasa rental mobil maupun travel.
3. Mengenalkan fasilitas My Car Rent and Trans kepada konsumen.
4. Meningkatkan jumlah pengunjung.

1.5.2 Manfaat Penelitian Bagi Masyarakat

Adapun manfaat penelitian bagi masyarakat adalah :

1. Membantu masyarakat dalam melakukan kegiatannya apabila mereka ingin berlibur didalam maupun diluar kota mereka tinggal menghubungi pihak My Car Rent and Trans dan kendaraan yang dipesan akan diantar ke tempat yang dituju oleh konsumen.
2. Penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

1.5.3 Manfaat Peneliti Bagi Penulis

Adapun manfaat penelitian bagi penulis adalah :

1. Menyelesaikan syarat pendidikan Program Studi Strata I Jurusan Sistem Informasi pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan di Universitas AMIKOM Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia.

3. Meningkatkan kemampuan dalam membuat video iklan yang bermanfaat.
4. Sebagai tolak ukur dan evaluasi kemampuan diri mengenai pembuatan video iklan.

1.6 Metode Penelitian

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

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

a) Metode Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mengambil informasi data yang dibutuhkan oleh peneliti dari suatu buku dan internet. Informasi ini berisi data-data yang berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan penelitian.

b) Metode Observasi

Melakukan pengamatan langsung perusahaan (My Car Rent and Trans) pada objek atau video referensi sebagai gambaran dan tutorial dalam pembuatan video.

c) Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak My Car Rent and Trans untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis Kebutuhan Fungsional dan Kebutuhan Non Fungsional, karena metode analisis Kebutuhan Fungsional dan Kebutuhan Non Fungsional tersebut merupakan metode yang tepat melakukan identifikasi perkiraan kebutuhan yang dihasilkan dari penelitian awal.

1.6.3 Metode Perancangan

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

- a) Tahap Praproduksi
- b) Tahap Produksi
- c) Tahap Pascaproduksi
- d) Implementasi dan Evaluasi

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

a) 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.

b) BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang uraian mengenai tinjauan pustaka, definisi multimedia, pengertian teknik *live shoot*, definisi iklan, iklan televisi, dan tahapan pembuatan iklan.

c) BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini akan membahas tentang objek penelitian, kemudian tinjauan, terhadap sistem yang diusulkan, analisis kelayakan sistem yang diusulkan dan tahap perancangan yang meliputi tahap pra-produksi.

d) BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

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

e) BAB V PENUTUP

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