

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi banyak mempengaruhi tatanan hidup atau sebuah aturan dan sistem tertentu. Teknologi Informasi sekarang ini sudah semakin berkembang, kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat di manfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu dalam bidang periklanan. Dalam hal ini, iklan lebih didefinisikan sebagai struktur informasi dan susunan komunikasi tentang aneka produk yang teridentifikasi melalui berbagai macam media. [1]

Perkembangan teknologi tentunya sangat tepat jika pada sebuah periklanan menggunakan media yang lebih komunikatif untuk mempromosikan suatu produk baik jasa maupun barang. Periklanan di media sosial yang lebih komunikatif, karena pada sebuah iklan di media sosial menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan text. [2]

Sebuah badan usaha dibidang sandang “Himover Clothing Company” yang dituntut untuk memperluas promosi dari kawasan Yogyakarta sampai skala Nasional pada khususnya. Badan usaha ini meskipun sudah melakukan periklanan melalui media cetak maupun mengikuti Clothing Expo di berbagai kota, tetapi untuk media sosial belum terlalu fokus seperti promosi yang dilakukan di media cetak, meskipun Himover Clothing Company tergolong salah satu kawakan

dibidang usahannya, tetapi untuk melakukan periklanan yang lebih luas sangat penting untuk memajukan dan meramaikan pasar agar lebih terdengar di telinga masyarakat.

Melihat adanya beberapa permasalahan di atas penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentang " Analisis Dan Perancangan Video Periklanan Himover Clothing Company sebagai Media Promosi " serta berupaya semaksimal mungkin untuk membuat sebuah iklan media sosial dengan menggunakan Adobe Premiere Pro CC 2017, Adobe After Effect CS 6, Cubase 5 sebagai software penunjang dan Canon EOS 6D sebagai media perekam, yang di harapkan Himover Clothing Company lebih banyak dikunjungi serta lebih terkenal dikalangan masyarakat luas pada umumnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditetapkan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara merancang sebuah iklan di media sosial yang lebih efektif dan efisien untuk memajukan Himover Clothing Company?
2. Apakah iklan yang akan dibuat akan dapat berpengaruh terhadap perkembangan usaha bidang sandang Himover Clothing Company?

### 1.3 Batasan Masalah

Maka perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat di cari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya :

1. Penelitian dilakukan hanya terhadap Himover Clothing Company yang difokuskan dalam bidang sandang.
2. Iklan ini dibuat dengan kamera Canon EOS 6D dan software Adobe Premiere Pro CC 2017, Adobe After Effect CS6, dan Cubase 5

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Merancang sebuah iklan media sosial yang motivatif dan inspiratif sesuai dengan kebutuhan Himover Clothing Company.
2. Memperkenalkan Himover Clothing Company kepada masyarakat, agar masyarakat tertarik untuk berbelanja memenuhi kebutuhan sandang di sana.
3. Memperlihatkan beberapa produk yang dimiliki Himover Clothing Company kepada masyarakat.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah:

1. Manfaat bagi penulis :

- a. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut Perancangan Iklan Media Sosial.
- b. Memperoleh gambaran nyata tentang keunggulan Himover Clothing Company.
- c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program SI Sistem Informasi UNIVERSITAS "AMIKOM" Yogyakarta.

2. Manfaat bagi Himover Clothing Company :

- a. Memberikan masukan dan gambaran kepada Himover Clothing Company tentang periklanan media sosial.
- b. Memperbanyak media Himover Clothing Company untuk kegiatan periklanan.

## **1.6 Metode Penelitian**

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan antara lain:

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penyusunan skripsi ini diperlukan adanya pengumpulan data yang benar, dan akurat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

### **1. Metode Wawancara**

Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi-informasi dengan melakukan tanya jawab dengan owner yang bersangkutan tentang objek yang akan dibuat untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.

### **2. Metode Observasi**

Metode ini melakukan pengamatan secara sistematis terhadap iklan lain dengan melihat dan mengamati iklan yang ada di televisi untuk perbandingan dengan iklan yang akan dibuat.

### **3. Metode Studi Pustaka**

Dalam metode ini mengacu pada studi pustaka maupun referensi lain yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari buku maupun dari sumber media internet sebagai acuan dalam pembuatan, perancangan dan pengembangan sistem yang akan dibuat.

### **4. Metode Kuesioner**

Dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan dan pernyataan kepada orang lain.

#### **1.6.2 Metode Analisis**

Menguraikan iklan media sosial untuk diidentifikasi dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya.



### **1.6.3 Metode Perancangan**

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan dibentuk. Pada tahap ini dihasilkan rancangan iklan media sosial yang sesuai dengan kebutuhan Himover Clothing Company.

### **1.6.4 Pengambilan Gambar dan Editing**

Menerjemahkan hasil proses perancangan menjadi sebuah bentuk video untuk kebutuhan media sosial.

### **1.6.5 Implementasi**

Metode usaha yang sistematis dan secara sengaja menunjukkan istilah objek sebagai sarannya, di mana objek dapat diartikan program, kebijakan, teknologi, orang, kebutuhan, aktifitas dan lain sebagainya.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan media sosial untuk media promosi, antara lain konsep dasar iklan, konsep dasar software yang digunakan.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI**

Pada bab ini akan diuraikan tentang analisis dan perancangan iklan media sosial secara umum serta segala kelebihan dan kekurangan.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dibahas tentang hal-hal yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoreksian iklan, dan hasil implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

### **BAB V PENUTUP**

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses pembuatan iklan media sosial dan berupa saran untuk perbaikan iklan yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.

