

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan berkembangnya teknologi dan kemajuan ilmu pengetahuan sekarang ini, turut membantu manusia terutama dibidang teknologi informasi. Perkembangan pola pikir manusia yang senantiasa berubah ditunjang dengan kemajuan teknologi informasi dapat menghasilkan inovasi-inovasi yang lebih baik. Dengan teknologi informasi khususnya teknologi informasi berbasis multimedia diharapkan bisa memberikan peranan penting dalam proses penyaluran informasi.

Penerapan multimedia di perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya aktivitas promosi. Aktivitas promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, public relation dan penjualan langsung termasuk penjualan lewat internet. Kelebihan multimedia adalah menarik indera dan menarik minat, karena merupakan gabungan antara pandangan, suara dan gerakan. Lembaga riset dan penerbitan computer, yaitu Computer Technology Research (CTR) menyatakan bahwa orang hanya mampu mengingat 20% dari yang dilihat dan 30% dari yang didengar. Tetapi orang dapat mengingat 50% dari yang dilihat dan didengar dan 80% dari yang dilihat, didengar dan dilakukan sekaligus. Maka multimedia

sangatlah efektif untuk menjadi salah satu sarana yang mampu bersaing dalam penyampaian informasi.¹

Penelitian ini membahas tentang sebuah video periklanan yang dimaksudkan dapat menjadi sebuah media dalam mempromosikan CV. Ferifast Komputer Yogyakarta yang dikemas sedemikian rupa yang diharapkan dapat mempengaruhi dan menarik minat orang yang menontonnya. CV. Ferifast Komputer terletak di kota Yogyakarta, berdiri pada tahun 2007 dan resmi menjadi Persekutuan Komanditer (Commanditaire Vennotschap) dihadapan pengadilan pada tahun 2012. Pada saat ini penyajian informasi dan promosi yang dilakukan masih menggunakan brosur dan secara mulut ke mulut, maka masih dirasa memiliki keterbatasan dalam penyampaian informasi. Oleh karena itu agar dapat memberikan informasi yang detail bagi masyarakat, dirasakan perlunya suatu media informasi yang bertujuan untuk menginformasikan, mempublikasikan dan mempromosikan CV. Ferifast Komputer Yogyakarta.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil judul **"Perancangan dan Pembuatan Video Periklanan Sebagai Media Promosi CV. Ferifast Yogyakarta"** dalam penyusunan tugas skripsi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka, rumusan masalah pada skripsi ini adalah, bagaimana merancang dan membuat video periklanan untuk CV. Ferifast Yogyakarta agar lebih mudah dinikmati bagi orang yang menonton.

¹ Suyanto, M. 2003. *Multimedia Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*, Yogyakarta : Andi Offset hal 23.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada skripsi ini mencakup :

1. Ruang lingkup ditujukan pada proses pembuatan video periklanan untuk CV. Ferifast Komputer
2. Durasi kurang lebih 2 menit
3. Perangkat lunak yang digunakan :
 - Macromedia Flash 8
 - Adobe Audition 1.0

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penulisan ini adalah sebagai pemenuhan bobot 6 sks guna mendapatkan syarat kelulusan jenjang pendidikan strata 1 pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Memberikan dan menyampaikan suatu media informasi dan promosi dalam bentuk aplikasi multimedia berupa video periklanan yang dapat lebih menarik minat orang.
2. Mengembangkan diri dan memberikan pengetahuan baru sesuai dengan kemampuan sendiri tentang perancangan sebuah video periklanan yang sederhana namun menarik.

1.5 Metode Penelitian

Pembuatan skripsi ini dilakukan dengan langkah-langkah penelitian sebagai berikut :

1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk menyusun skripsi ini adalah :

a. Metode Kepustakaan.

Proses pengumpulan data melalui buku-buku, tutorial, dan segala materi yang berkaitan dengan proses produksi yang dapat diperoleh di perpustakaan maupun file dari internet.

b. Metode Observasi.

Mendapatkan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap video iklan yang populer.

c. Metode Study Literatur

Mengambil data dengan literature yang bisa dipakai seperti dengan pemanfaatan fasilitas internet, dengan menjelajahi situs yang berhubungan dengan video periklanan.

2. Metode Analisis

Melakukan analisis "Apa saja yang diperlukan dalam pembuatan video periklanan CV. Ferifast Komputer Yogyakarta" agar video tersebut dapat menarik minat para penontonnya.

3. Metode Perancangan Video

Melakukan proses perancangan video "Bagaimana membuat video iklan semenarik mungkin".

4. Pembuatan Video

Melakukan proses pembuatan video iklan CV. Ferifast Komputer Yogyakarta yang di lakukan dari tahap awal hingga akhir.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini tersusun dari beberapa bab dengan sistematika pembahasan seperti berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini memberikan dan menguraikan gambaran tentang sebab disusunnya penulisan skripsi, seperti Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan teori yang melandasi Pengertian Multimedia, Sejarah Multimedia, Macam-macam Multimedia, Tahapan Proses Produksi.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang perancangan video mulai dari pembuatan ide cerita, skenario, menggambarkan bentuk dan kepribadian karakter dalam pembuatan video iklan, pembuatan storyboard dan analisis mencakup kebutuhan sistem.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan pembuatan dari rancangan yang telah dibuat beserta proses renderingnya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini meliputi tentang kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil pembuatan dan sarana yang berkaitan dengan pengerjaan video iklan.