

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi digital dimasa kini semakin canggih dan membuat perubahan besar terhadap dunia periklanan. Video komersial adalah salah satu media iklan digital, yaitu video untuk menawarkan produk ke konsumen. Video komersial menjadi media promosi yang wajib dipunyai oleh suatu perusahaan guna untuk membentuk suatu citra perusahaan. Seiring berkembangnya teknologi digital ini, video komersial menjadi lebih mudah dalam menyebarkan informasi dan video dapat diakses kapanpun dan dimanapun melalui internet. Selain di internet video komersial dapat ditayangkan di televisi ataupun di videotron.

Lyla Bridal adalah persewaan gaun yang bertempat di Jalan Semeru no.85 Perum Nogoirtiro III, Sleman, Yogyakarta menyediakan berbagai gaun pengantin untuk kalangan bawah sampai menengah ke atas lengkap dengan aksesoris-aksesorisnya untuk disewakan.

Mengingat perusahaan Lyla Bridal ini masih tergolong baru dan media promosi masih menggunakan pamflet / brosur, Lyla Bridal membutuhkan video komersial untuk mempromosikan dan menginformasikan secara massal. Dengan menggunakan video komersial diharapkan Lyla Bridal mampu menarik minat semua kalangan dan mampu bersaing dengan persewaan gaun yang di dalam kota maupun luar kota.

Berdasarkan hal di atas penulis tertarik membantu Lyla Bridal untuk membuat video komersial dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul "Pembuatan Video Komersial Lyla Bridal".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dibuat sebuah rumusan masalah, yaitu "Bagaimana membuat video komersial Lyla Bridal".

## **1.3 Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan pembahasan ini penulis menentukan batasan masalah dengan ruang lingkup yang lebih kecil yaitu sebagai berikut.

1. Pembuatan iklan ini di tujukan untuk memaksimalkan promosi Lyla Bridal.
2. Iklan akan ditayangkan di stasiun televisi lokal, Youtube dan Instagram.
3. Video iklan dibuat dengan menggunakan Adobe Photoshop untuk pengolah gambar atau desain, Adobe Premiere untuk menggabungkan Video dan Adobe After Effect untuk memberikan efek ataupun animasi.
4. Durasi video 36 detik.
5. Proses perekaman dan pengambilan gambar menggunakan kamera DSLR.

## **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini secara garis besar adalah sebagai berikut.

1. Membuat sebuah video komersial yang sesuai dengan kebutuhan Lyla Bridal.
2. Meningkatkan citra Lyla Bridal untuk mendapatkan perhatian lebih dari konsumen.
3. Mempermudah Lyla Bridal untuk memperkenalkan perusahaan dan produknya kepada masyarakat luas melalui iklan televisi.
4. Memperlihatkan produk dari Lyla Bridal ke konsumen.
5. Menerapkan segala ilmu yang telah dipelajari di STMIK AMIKOM ke dalam dunia kerja nyata.
6. Memenuhi persyaratan jenjang Strata-1 STMIK AMIKOM.

### **1.5 Metode Penelitian**

Untuk mendapatkan informasi dan data yang di perlukan penulis dalam proses penyelesaian masalah yang terjadi, maka dibutuhkan beberapa metode yang dapat menyelesaikan masalah tersebut.

#### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Metode literatur**

Metode ini di gunakan untuk mengumpulkan data di internet,jurnal,skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan video komersial.

##### **2. Metode observasi**

Metode ini di gunakan untuk mengumpulkan data dengan cara langsung ke objek yang dituju yaitu Lyla Bridal untuk mengetahui semua produk dari Lyla Bridal.

### 3. Metode wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara mewawancarai pemilik Lyla Bridal yang menjadi sumber informasi visi dan misi pembuatan video.

#### **1.5.2 Metode Pengembangan**

Pengembang video komersial harus melalui tahapan-tahapan yang terancang dengan baik dan runtut agar produk multimedia yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan tepat. Pengembangan video komersial dapat dilakukan dengan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang terdiri dai 6 tahap.

##### 1. Concept (Konsep)

Merumuskan dasar-dasar dari proyek multimedia yang akan dibuat dan dikembangkan. Terutama pada tujuan dan jenis proyek yang akan dibuat.

##### 2. Design (Desain / Rancangan)

Tahap dimana pembuat atau pengembang proyek multimedia menjabarkan secara rinci apa yang akan dilakukan dan bagaimana proyek multimedia tersebut akan dibuat. Pembuatan naskah ataupun navigasi serta proses desain lain harus secara lengkap dilakukan. Pada

tahap ini harus mengetahui bagaimana hasil akhir dari proyek yang akan dikerjakan.

### 3. Obtaining Content Material (Pengumpulan Materi)

Merupakan proses untuk pengumpulan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam proyek. Mengenai materi yang akan disampaikan, kemudian file-file multimedia seperti audio, video dan gambar akan dimasukkan dalam penyajian proyek multimedia tersebut.

### 4. Assembly (Penyusunan dan Pembuatan)

Waktunya proyek multimedia diproduksi. Materi-materi serta file-file multimedia yang sudah didapat kemudian dirangkai dan disusun desain. Pada proses ini sangat dibutuhkan kemampuan dari ahli agar mendapatkan hasil yang baik.

### 5. Testing (Uji Coba)

Setelah hasil dari proyek multimedia selesai, perlu dilakukan dengan uji coba. Uji coba dilakukan dengan menerapkan hasil dari proyek multimedia tersebut secara minor sebelum proyek multimedia tersebut diterapkan secara massal.

### 6. Distribution (Menyebar Luaskan)

Tahap penggandaan dan penyebaran hasil kepada pengguna. Multimedia perlu dikemas dengan baik sesuai dengan media penyebar luasannya.

### **1.5.3 Metode Perancangan**

Merupakan tahapan perencanaan dalam pembuatan video komersial. Hal ini meliputi perencanaan konsep, teknik yang digunakan, dan hal-hal lain yang patut untuk direncanakan.

### **1.5.4 Metode Implementasi**

Yaitu tahap produksi dan pengeditan dalam pembuatan video.

### **1.6 Sistematika penulisan**

Secara garis besar skripsi ini terdiri dari 5 bab dengan beberapa sub bab. Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pengantar terhadap latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data serta sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bagian ini penulis menjelaskan teori-teori tentang konsep dasar dan pengertian secara umum serta menjelaskan software yang di gunakan dalam proses *editing* video.

## **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini menjelaskan mengenai sejarah, perancangan iklan yang di buat, juga membahas tentang kebutuhan apasaja yang di perlukan dalam membuat sebuah iklan.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan,tahap analisis , implementasi, desain, dan hasil implementasinya.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang membangun dari seluruh bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan iklan serta kelemahan iklan yang di buat yang di buat.

