

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern seperti ini kita sangat akrab dengan dunia periklanan. Iklan selalu terlihat dimanapun dan kapanpun kita menjalankan aktivitas, baik dalam wujud yang dapat kita simak dan saksikan melalui layar televisi, radio, brosur, surat kabar hingga videotron yang ada pada sudut – sudut keramaian. Sebuah iklan yang baik tentu akan mampu memikat hati pemirsanya, melalui keselarasan bahasa, video, gambar, serta proses penggarapan yang kreatif.

PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta adalah bank konvensional swasta yang ada di kota Singkawang Kalimantan Barat, tepatnya berkantor pusat di Jl. Karang Intan Kec. Singkawang Selatan, Kota Singkawang. PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta mempromosikan produk – produknya melalui beberapa media iklan diantaranya seperti iklan radio, brosur, serta surat kabar.

Penulisan skripsi ini bermula dari ketertarikan penulis dengan adanya keinginan dari pihak management PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta untuk mengembangkan pelayanan kepada masyarakat luas melalui produk - produk yang ada, dan mengingat media pemasaran Bank sebelumnya hanya berupa iklan radio, brosur, dan surat kabar yang masih jauh lebih sederhana dan dalam lingkup jangkauan yang kecil.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat iklan televisi PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta Singkawang Kalimantan Barat ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada kasus ini yakni mempromosikan PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta Singkawang Kalimantan Barat kepada masyarakat luas melalui pembuatan video iklan televisi.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian dari iklan ini adalah:

1. Mengembangkan media promosi PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta.
2. Menarik perhatian masyarakat luas terhadap PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta.
3. Membuat iklan televisi sesuai dengan permintaan PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta.

1.5 Manfaat Penelitian

A. Untuk PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta

1. Mengembangkan media promosi yang telah ada sebelumnya.
2. Menambah kepercayaan masyarakat terhadap PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta.

B. Untuk Penulis

1. Sebagai syarat kelulusan STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Sebagai portofolio untuk diri saya kedepannya.

C. Untuk Perkembangan IT

Sebagai media iklan televisi PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta.

1.6 Metode pembuatan Iklan Televisi PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta.

Metode pembuatan Iklan Televisi PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta ini adalah menggabungkan video *liveshot* dengan animasi, *motion graphic*, dan *blue screen*, dan *digital matte painting*.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data antara lain:

1.7.1.1 Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, adapun buku elektronik (*e-book*) yang dapat dijadikan referensi dalam metode studi pustaka.

Dalam mencari referensi di laman internet, penulis menggunakan laman – laman internet yang memiliki kredibilitas, tingkat akurasi serta dapat dipertanggungjawabkan kebenaran informasinya, serta isi laman yang dicantumkan bersifar fakta dan informasi, bukan sebuah opini dari beberapa pihak.

1.7.1.2 Metode Wawancara

Metode yang menggunakan orang lain sebagai sumber informasi yang dapat digunakan sebagai referensi data yang dibutuhkan. Metode ini menggunakan sistem tanya – jawab yang mana hasil dari jawaban dari responden yang mana dalam kasus ini adalah seorang dirut dari PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta. Hasil dari Tanya – jawab akan dirangkum dan diolah untuk menjadi data bagi penulis.

1.8 Sistematis Penulisan Laporan

BAB I. PENDAHULUAN

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

BAB II. LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan dan dijelaskan tentang teori yang melandasi pengertian iklan televisi, video liveshot, animasi, motion graphic, blue screen. Dalam bab ini juga akan diuraikan tentang tinjauan singkat *hardware* dan *software* yang digunakan.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Di dalam bab ini akan dibahas mengenai profil, visi dan misi PT. Bank Perkreditan Rakyat Sambas Arta serta memaparkan metode analisis yang digunakan berdasarkan analisis masalah yang ada, hingga penjelasan tentang perancangan dari pembuatan iklan televisi (Pra Produksi).

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang proses Produksi, dimana pada tahap Produksi membahas tentang pengambilan video dan membahas bagaimana mengimplementasikan video yang telah ada menjadi satu kesatuan video utuh dan

menarik berupa *video clip* dengan teknik menggabungkan *video liveshot* dengan animasi, *motion tracking*, dan *blue screen*.

BAB V. PENUTUP

Dalam bab ini merupakan bab terakhir yang berisi uraian tentang kesimpulan dan saran untuk pengembangan yang lebih baik.

