

# 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 dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu di dalam bidang periklanan. Dalam hal ini lebih khususnya adalah periklanan dalam media televisi bagi sebuah instansi yang bergerak dibidang *fashion*, kuliner, pariwisata yang lebih tepat, cepat, dan *informatif* sangatlah diperlukan. Periklanan dengan menggunakan media yang lebih komunikatif untuk mempromosikan suatu produk baik jasa maupun barang. Banyak sekali sekarang media promosi yang komunikatif dalam menyampaikan informasi *audio*, *video*, gambar, dan *text*.

Defense Company merupakan distro baru di Sragen tepatnya berada di Jl. Slamet Riyadi No.128 Sragen Tengah, dikarenakan sebuah distro baru maka banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaannya. Berdasarkan data yang dihimpun dari distro Defense Company, kebutuhan *fashion* semakin hari semakin meningkat, maka dari itulah perlu dilakukan adanya sebuah periklanan untuk lebih mengenalkan

Defense Company kepada masyarakat, diharapkan setelah adanya promosi penjualan mengalami peningkatan untuk kedepannya.

Defense Company telah mengupayakan berbagai macam usaha untuk mempromosikan produk serta perusahaannya, tetapi hasil yang diharapkan dirasa masih kurang maksimal. Media iklan televisi diduga hal yang paling tepat untuk mengatasi kekurangan dan memaksimalkan upaya promosi yang ada selama ini. Dengan iklan televisi harapannya dapat membantu untuk mengenalkan produk serta perusahaan kepada masyarakat lebih luas.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam menyusun skripsi yang berjudul "Perancangan dan Pembuatan Iklan TV Defense Company Sragen Jawa Tengah". Penulis juga berharap setelah adanya video iklan tersebut dapat meningkatkan kualitas barang serta meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke distro tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu, Bagaimana membuat video iklan Defense Company Sragen Jawa Tengah?

## **1.3 Batasan Masalah**

Mengingat luasnya permasalahan yang ada, maka perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini agar

persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat dicari pemecah masalah optimal. Adapun batasan masalah tersebut di antaranya yaitu :

1. Pembuatan iklan ini ditujukan untuk memaksimalkan media promosi yang ada selama ini dan juga memperkenalkan mengenai produk dari Defense kepada masyarakat.
2. Tahap memproduksi iklan yang meliputi tahap pra produksi (penetapan ide cerita, pembuatan naskah cerita, pembuatan *storyboard*), tahap produksi (tata *setting*, tata suara, tata cahaya) dan tahap pasca produksi (*editing*, pemberian efek, perekaman efek suara, penggabungan audio dan video).
3. Video iklan ini dibuat berdurasi 28 detik.
4. Proses perekaman dan pengambilan gambar menggunakan sebuah kamera DSLR Canon EOS 700D. Menggunakan 2 buah lensa yang berbeda *Fix* 50mm f/1,8 dan *Wide* 11-16mm f/2.8.
5. Teknik yang digunakan adalah teknik *liveshoot* dengan format video 720 HD dengan 60fps.
6. Video ini nantinya akan berisikan informasi seputar produk dari Defense Company.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Merancang sebuah iklan distro Defense Company yang akan disajikan dalam bentuk video.
2. Dapat menerapkan unsur-unsur pembuatan iklan televisi dan menerapkan teknik-teknik pengeditan efek video yang telah dikuasai.
3. Mengenalkan Defense Company kepada masyarakat yang lebih luas.
4. Memperlihatkan produk-produk dari Defense Company.
5. Diharapkan video iklan ini dapat digunakan untuk memaksimalkan upaya promosi bagi distro Defense Company sehingga dapat memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas dan menambah omset penjualan.
6. Sebagai prasyarat kelulusan program studi Strata 1 Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi peneliti :  
Mendapatkan pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut perancangan video iklan sebagai media promosi.

2. Manfaat bagi distro Defense Company :

Dapat membantu mempromosikan produk dari Defense Company agar dapat meningkatkan penjualan yang berdampak menambah pendapatan Defense Company.

3. Manfaat bagi pengembang :

Memberikan tambahan pengetahuan dan referensi dalam penerapan teknik *liveshoot* dan teknik-teknik pengeditan efek video yang telah dikuasai.

### 1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan sebagai berikut :

1. **Wawancara (*Interview*)**

Wawancara yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada pemilik distro Defense Company tentang profil distro. Dapat menggali informasi yang mendetail tentang sejarah berdirinya, produk yang dibuat, dan informasi tentang distro ini, sebagai bahan analisa dan penelitian.

2. **Pengamatan langsung (*Observasi*)**

*Observasi* adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap Defense Company. Meneliti masalah yang dihadapi distro Defense Company yaitu mengenai produk dan promosi,

sehingga informasi yang diperoleh lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

### **3. Metode dokumentasi**

Metode dokumentasi yaitu mengambil data atau dokumen-dokumen yang berhubungan dengan masalah yang penulis ambil sebagai bahan pertimbangan dan mendukung teknik-teknik yang lain.

### **4. Metode kepustakaan**

Metode pengumpulan data dengan menggunakan buku sebagai bahan referensi.

### **5. Metode Kuesioner**

Metode kuesioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada oranglain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan laporan yang merupakan laporan analisa hasil penelitian terdiri atas:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode pengumpulan data, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan video iklan untuk media promosi distro, antara lain konsep dasar iklan, konsep dasar *software* yang digunakan, dan alat-alat yang digunakan untuk membuat video iklan tersebut.

## **BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini diuraikan tentang analisis dan perancangan iklan secara umum serta segala kelebihan dan kekurangan.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang hal-hal yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoreksian video iklan, dan hasil implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian sebagai referensi penelitian selanjutnya. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang daftar buku maupun sumber-sumber yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi ini.