

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Multimedia merupakan alat pendukung untuk menyampaikan informasi yang dinamis dan interaktif sehingga pengguna dapat melakukan interaksi dan komunikasi. Multimedia sering digunakan dalam dunia game dan hiburan, selain itu multimedia juga sering dimanfaatkan dalam dunia pendidikan dan bisnis. Di dunia pendidikan, multimedia dapat dimanfaatkan sebagai media presentasi dan pengajaran, baik dalam kelas maupun secara otodidak. Kemudian di dunia bisnis, multimedia dapat dimanfaatkan sebagai media pengenalan profil perusahaan, periklanan sebagai media promosi produk perusahaan dan lain sebagainya

Periklanan secara umum berwujud penyajian informasi tentang suatu produk, merek, atau perusahaan yang dijalankan. Dengan demikian, Periklanan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk seseorang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat Periklanan. Karena keberhasilan suatu perusahaan banyak ditentukan oleh kegiatan-kegiatan periklanan.

Distro Vrouw Cloth merupakan badan usaha yang bergerak di bidang produk *fashion*. Dalam pemasarannya, saat ini masih menggunakan media pemasaran konvensional yaitu dengan menyebar brosur dan membuka toko di Jl. By Pass Yogya-Solo No.12 Klaten Jawa Tengah, kemudian media pemasaran

lainnya dengan memanfaatkan media BBM yang mempunyai kontak 372 anggota dan menggunakan media Instagram yang mempunyai 4067 follower. Berdasarkan wawancara dengan Sdr. Vindra Adhitya selaku pemilik distro, penjualan distro Vrouw Cloth banyak diperoleh pembeli dari media BBM dan Instagram yang menampilkan gambar produk yang di jual distro Vrouw Cloth. Dimana sebenarnya masih banyak wadah yang bisa di manfaatkan untuk media pemasaran seperti di media sosial seperti Facebook, Twiter, Youtube dan lain sebagainya.

Dari penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian mengenai "Perancangan Dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Di Distro Vrouw Cloth Klaten". Dimana penulis menentukan sebuah judul penelitian tersebut berdasarkan peluang, karena dengan adanya media pemasaran dalam bentuk video iklan tentu bisa membantu dan memaksimalkan peran gambar produk yang selama ini telah di pasarkan megunakan media BBM dan Instagram.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan adanya uraian yang telah di kemukakan pada latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu : Bagaimana cara merancang dan membuat video iklan untuk membantu memaksimalkan peran gambar produk Vrouw Cloth sebagai media promosi untuk IVC atau *internet video commercial*?

### 1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan pada bab selanjutnya tidak menyimpang dan bisa memberikan arah yang jelas bagi penulis dalam meneliti permasalahan, maka penulis menentukan batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Iklan ini hanya menampilkan produk dari merek Vrouw Cloth.
2. Produk yang di iklankan adalah produk edisi terbaru 2016
3. Media promosi video iklan ini hanya untuk media elektronik yaitu untuk internet atau *internet video commercial (IVC)*
4. Video iklan ini menggunakan kombinasi *live shoot video* dengan penambahan *color grading* dan animasi *2D motion tracking*.
5. Penelitian ini hanya sampai uji coba iklan kepada pihak distro Vrouw Cloth dan penayangan iklan di beberapa media sosial seperti Instagram, Facebook, Twiter dan Youtube.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Teknik Informatika di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

2. Membuat agar video iklan ini dapat memaksimalkan peran foto atau gambar dalam memasarkan produk Vrouw Cloth yang selama ini telah dipasarkan di BBM maupun Instagram.
3. Memperluas jangkauan dalam memasarkan produk Vrouw Cloth di media promosi elektronik untuk internet seperti Instagram, Facebook, Twiter dan Youtube.

## **1.5 Metode Penelitian**

Beberapa Metode-metode yang digunakan dalam pelaksanaan perancangan penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang diperoleh yaitu dengan mengumpulkan data dari investigasi dilapangan dan melakukan penelitian terhadap masalah terkait. Adapun metode pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Metode Observasi**

Merupakan suatu metode pengumpulan data-data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung dilapangan.

#### **2. Metode Wawancara**

Metode ini dilakukan dengan wawancara atau tanya jawab kepada pihak-pihak terkait atas masalah dan kendala yang terjadi di dalam perusahaan. wawancara ini dilakukan kepada bagian marketing distro Vrouw Cloth.

### 3. Metode Studi Pustaka

Penelitian ini dilakukan dengan mencari bahan-bahan yang mendukung dasar teori melalui buku-buku yang berhubungan dengan pembuatan penelitian ini. Serta mengumpulkan dokumen-dokumen yang diperlukan didalam penelitian.

#### 1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, analisis SWOT dan analisis data kualitatif.

#### 1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahap pra-produksi.

#### 1.5.4 Metode Implementasi

Metode implementasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahap produksi dan pasca-produksi.

#### 1.5.5 Metode Testing

Pada metode ini akan dilakukan pengujian pada beberapa aspek kualitas video iklan kepada seorang ahli animasi, *owner* atau pemilik Vrouws Cloth dan pelanggan atau *client* Vrouw Cloth, apakah video iklan yang dibuat sudah layak untuk dapat di produksi atau belum.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab dan masing-masing memiliki beberapa sub-sab yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Agar lebih memudahkan pembahasan, maka akan penulis gambarkan penulisan isi dari setiap bab yang akan ditulis dalam penelitian. Isi bab tersebut adalah sebagai berikut :

### **BAB I – PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dibahas tentang gambaran umum mengenai penulisan pada penelitian ini. Dimana terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II – LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi mengenai definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

### **BAB III – ALASISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini akan menjelaskan secara umum mengenai gambaran obyek penelitian dan perancangan proyek. Dalam hal ini adalah pembahasan metode analisis kebutuhan sistem, analisis pembuatan naskah dan *storyboard*.

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

Pada bab ini akan menjelaskan proses pembuatan video iklan dari perancangan yang telah dibuat mulai dari teknik pengambilan video, penganimasian, editing audio video hingga *composition* dan *rendering*.

#### **BAB V – PENUTUP**

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Yang didalamnya akan dibahas mengenai evaluasi hasil akhir dari penelitian dan penulisan penelitian. Kesimpulan berisi keseluruhan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya. Dan juga disertai beberapa saran yang mungkin dapat berguna untuk pengembangan pembuatan media informasi multimedia berbasis video iklan.

#### **DAFTAR PUSAKA**

Disini akan diuraikan semua referensi dan pustaka yang telah dijadikan acuan dalam penulisan penelitian yaitu semua sumber yang dikutip dalam membantu menyelesaikan penelitian.