

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Teknologi Informasi saat ini sangat berkembang terutama pada multimedia. Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi itu sendiri, dampaknya juga dirasakan langsung didalam setiap kegiatan manusia. Dizaman sekarang ini banyak sekali manusia yang memanfaatkan perkembangan teknologi, salah satunya memanfaatkan multimedia dalam bidang periklanan. Iklan merupakan media yang memiliki berbagai komposisi seperti suara(audio), video, gambar, animasi dan text yang dibuat untuk memberikan informasi kepada orang-orang yang bertujuan mempromosikan suatu produk maupun jasa.

Saat ini di kota Yogyakarta terdapat banyak toko *merchandise* yang menawarkan jasa pembuatan dan desain barang serta produk yang menawarkan harga bervariasi mulai dari harga yang murah, menengah dan mahal. *Public Merchandise* merupakan toko jasa pembuatan *merchandise* yang telah buka sejak tahun 2011, namun saat ini media penyampaian informasi yang dimiliki *Public Merchandise* masih sebatas pada media cetak dan sosial media.

Dilihat dari hasil pengamatan tersebut, penulis mencoba untuk merancang iklan promosi produk dan jasa pada “*Public Merchandise*”. Banyaknya toko-toko *merchandise* membuat semakin banyak dan ketatnya persaingan bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi khususnya bidang multimedia, *Public Merchandise* bis

lebih memperkenalkan dan mempromosikan produk dan jasa yang dimiliki.

Dalam rangka untuk menarik perhatian lebih banyak orang, iklan adalah ide yang terbaik untuk memberikan informasi kepada konsumen. Diharapkan dengan memanfaatkan media periklanan ini nantinya dapat memberikan informasi jasa dan produk yang mampu menarik perhatian dan minat konsumen, sehingga masalah tentang kurangnya pengetahuan tentang produk dan jasa yang ada dapat berkurang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "*Bagaimana Merancang dan Membuat Iklan TV pada Public Merchandise Yogyakarta?*"

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan dan penyusunan dapat dilakukan secara terarah dan tersusun dengan baik dan sesuai seperti yang diharapkan, maka perlu ditetapkan batasan-batasan masalah. Adapun batasan masalahnya adalah:

1. Iklan ini diperuntukan kepada "*Public Merchandise*" sebagai media promosi dan informasi.
2. Iklan ini menampilkan informasi seputar jasa dan produk.
3. Berdurasi sekitar 30 detik.
4. Menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
5. Tayang di RBTv.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Maksud dan tujuan penelitian bagi mahasiswa
 - a. Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang di dapat selama mengikuti masa pendidikan ke dalam aplikasi nyata secara praktik dalam lingkungan masyarakat.
 - b. Sebagai salah satu syarat kelulusan program Strata-I (S1) pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.
2. Maksud dan tujuan penelitian bagi perusahaan
 - a. Merancang sebuah iklan yang sesuai untuk "Public Merchandise"
 - b. Mempromosikan dan memperkenalkan "Public Merchandise" kepada masyarakat agar tertarik pada jasa dan produk yang ada.

1.5 Metode Penelitian

Untuk memperoleh data yang akurat, relevan dan terarah sesuai masalah yang ada, maka diperlukan adanya suatu metode pengumpulan data yang dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi serta data yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun metode yang digunakan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data
 - a. Metode Observasi

Metode dengan melakukan pengamatan langsung akan kegiatan yang berjalan di *Public Merchandise* serta untuk mengetahui komposisi kebutuhan gambar.

b. Metode Wawancara

Metode ini yaitu wawancara yang dilakukan kepada pemilik (*owner*) *Public Merchandise* untuk mengetahui data dan sistem yang berjalan selama ini pada "*Public Merchandise*" sebagai bahan acuan.

c. Studi Literatur

Mengumpulkan informasi dengan menggunakan berbagai literature seperti iklan media sejenis, internet dan buku sebagai referensi penulisan dan perancangan untuk mendapatkan dasar-dasar teori tentang masalah serta proses pembuatan suatu iklan televisi.

2. Analisis

Metode analisis yang dipakai yaitu menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Di dalam analisis SWOT akan membahas tentang *Strengths* (kekuatan/keunggulan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang/kesempatan), dan *Threats* (ancaman) dari iklan ini. Dalam analisis kebutuhan non fungsional membahas kebutuhan *software*, *hardware*, dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

3. Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan merupakan tahapan pertama dalam pembuatan iklan ini yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan meliputi menentukan ide konsep hingga pembuatan *storyboard*.

4. Pengembangan

Metode pengembangan yang dilakukan merupakan tahap kedua dan ketiga pembuatan iklan yaitu tahap produksi dan pasca produksi. Pada tahapan ini dilakukan pengimplementasian bahan-bahan yang telah dikumpulkan pada tahap pra produksi. Diawali dengan pengambilan gambar, dilanjutkan dengan pengeditan video yang menggabungkan dengan teknik motion graphic. Kemudian pada tahapan terakhir pra produksi dilakukan pembuatan narasi suara, pemberian *sound* hingga tahap *finishing* berupa hasil *rendering*. Metode pengembangan bertujuan untuk menghasilkan iklan yang dapat menyampaikan informasi yang bisa menarik konsumen pada *Public Merchandise*.

5. Testing

Pada tahap ini dilakukan suatu pengujian terhadap iklan yang dibuat serta kesesuaian konsep. Pengujian yang dilakukan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada sampel konsumen *Public Merchandise*.

1.6 Sistematika Penulisan

Skripsi ini berisi 5 bab dengan masing-masing sub bab dan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat landasan teori yang menguraikan mengenai teori umum dan teori khusus yang digunakan sebagai landasan penyusunan skripsi ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini akan dijelaskan mengenai analisis pengguna, analisis dan solusi permasalahan, perancangan aplikasi yang mencakup deskripsi aplikasi, komponen aplikasi dan perancangan *storyboard*, perancangan sistem yang mencakup *class diagram*, *use case diagram*, dan *activity diagram* serta menguraikan tentang objek yang menjadi pilihan sistem pembuatan skripsi ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas sistem yang diusulkan dan teknik pembuatan dengan software-software yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab yang terakhir yang akan menguraikan kesimpulan dan saran dari penulis.

