

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Orang Palu Recording Company (OPRC) salah satu tempat rekaman musik yang berada di Yogyakarta. Orang Palu Recording Company mempunyai bermacam alat yang dapat memenuhi kebutuhan pada saat rekaman. Saat ini promosi yang dilakukan Orang Palu Recording Company yaitu dengan menggunakan media Billboard atau papan iklan yang ada di depan studio dan brosur atau selebaran yang di bagikan di setiap pentas musik.

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha, suatu perusahaan harus dapat menciptakan suatu inovasi agar dapat terus berkembang memasarkan produk yang di milikinya, untuk melengkapi media promosi yang ada maka dibuatlah iklan internet untuk memperluas informasi. Internet dipilih sebagai tempat promosi yang efektif dengan biaya yang sangat terjangkau. iklan ini nantinya akan berisi tentang sebuah cerita yang mengacu pada tagline dari Orang Palu Recording Company yang akan di akses oleh konsumen di media internet. Iklan ini akan dibuat menarik dan mudah dipahami, agar konsumen dapat mengingat pesan yang disampaikan. Diharapkan dengan adanya iklan internet ini dapat menarik minat konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "Perancangan dan Pembuatan Iklan Internet Orang Palu Recording Company Sebagai Media Promosi"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan diatas maka penyusun merumuskan masalah sebagai berikut "Bagaimana membuat Iklan Internet Orang Palu Recording Complany Sebagai Media Promosi ?"

1.3 Batasan Masalah

Perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis penelitian ini agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat dicari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut di antaranya:

1. Iklan ini berdurasi kurang lebih sekitar 5 menit
2. Iklan ini direkam dengan kamera Canon EOS 600D.
3. Iklan berisi produk yang ada di Orang Palu Recording Company.
4. Teknik pengambilan gambar yang digunakan adalah *liveshoot*.
5. Iklan ini akan dimasukkan *Visual effect*
6. Software yang digunakan adalah Adobe Photosop, Final Cut Pro X, dan Adobe After Effect

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan solusi permasalahan Orang Palu Recording Company untuk mempromosikan perusahaannya

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Masalah promosi studio yang hanya terbatas sekarang bisa di akses hingga keluar kota

2. Orang-orang dapat mengetahui adanya studio OPRC melalui situs youtube.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah

1. Manfaat bagi penulis

Peneliti dapat mengetahui perkembangan promosi sebagai referensi pembuatan iklan Internet Orang Palu Recording Company dan mengimplementasikan ilmu yang di dapat di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

2. Manfaat bagi mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta dalam membuat iklan internet.

3. Manfaat bagi perusahaan

Dapat membantu mempromosikan studio Orang Palu Recording Company kepada konsumen melalui video yang dapat diakses di youtube.

4. Manfaat bagi masyarakat luas

Memberikan informasi mengenai Orang Palu Recording Company.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode pengumpulan data

1. Wawancara (interview)

Wawancara yaitu mengadakan Tanya jawab langsung kepada manager marketing dan owner yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu

mencari data tentang Orang Palu Recording Company untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

2. Pengamat langsung (Observasi)

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap Orang Palu Recording Company.

3. Metode Quisioner

Metode quisioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.

1.6.2 Metode Analisis SWOT

1. **Strength (kekuatan)**

Dengan adanya video iklan internet orang palu recording company konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi tentang fasilitas ruangan yang akan digunakan pada saat rekaman nanti tanpa harus datang terlebih dahulu untuk melihat studio .

2. **Weakness (kelemahan)**

Tidak semua orang bisa mengakses internet secara langsung karena keterbatasan alat maupun jaringan internet

3. **Opportunities (peluang)**

Upaya pemasaran didukung oleh perkembangan teknologi yang memanfaatkan sosial media dan juga melakukan promosi secara langsung

4. **Threats (ancaman)**

Adanya perkembangan teknologi yang dapat mematahkan cara pemasaran seperti ini.

1.6.3 Metode Perancangan

Pra produksi

Identifikasi masalah atau kebutuhan, mencari ide kemudian menentukan tema dan sinopsis untuk pembuatan video iklan Orang Palu Recording Company selanjutnya dibuat dalam bentuk storyboard. Kemudian membuat rencana anggaran, mencari anggota tim dan talent pada tahap produksi nanti. Setelah itu menentukan kostum dan terakhir rencana jadwal shooting.

1.6.4 Metode pengembangan

Produksi

Shooting, Review hasil sementara, Take ulang shooting jika hasilnya masih belum seperti yang diharapkan, dan dokumentasi hasil shooting. Setelah tahap ini selesai baru masuk ke Tahap Pasca produksi, Melakukan editing, memeriksa hasil sementara setelah editing, kemudian jika hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan rendering untuk melakukan packaging hasil akhir dalam format video yang di inginkan.

1.6.5 Metode Testing

Pengujian hasil video yang telah jadi sesuai standar video kompetisi

nasional, dengan cara membandingkan kualitas video dan audio iklan tersebut dengan iklan yang telah ada sebelumnya yang telah sesuai standar nasional.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan secara umum tentang tinjauan pustaka, pengetahuan dasar dan teknologi yang digunakan untuk mendukung pembuatan video iklan internet, antara lain konsep dasar iklan, konsep dasar *software* yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan di uraikan tentang analisis dan perancangan iklan dengan memberikan informasi tentang fasilitas studio agar konsumen dapat segera mengetahui segala kelebihan dan kekurangan spesifikasi alat yang akan digunakan pada saat rekaman.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas tentang hal-hal yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoreksian iklan, dan hasil implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dan saran untuk perbaikan dari proses pembuatan video iklan internet

DAFTAR PUSTAKA