

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi pada era globalisasi seperti sekarang ini telah membawa pengaruh besar terhadap kemajuan dalam dunia bisnis. Untuk mencapai tujuan dari bisnis yang dijalankan maka di perlu untuk membuat strategi yang tepat. Salah satu strategi yang bisa di gunakan yaitu dengan cara mempromosikan produk, jasa atau tempat usaha yang sedang di jalankan. Melalui sebuah iklan, untuk memberikan informasi terhadap khalayak umum tentang bisnis yang perusahaan jalankan.

Iklan sendiri di gunakan untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang barang, jasa maupun bisnis yang di jalankan. Iklan memiliki banyak media penyampaiannya mulai dari iklan cetak, iklan advitorial, iklan display, dan iklan elektronik. Sebuah iklan elektronik di buat menggunakan unsur multimedia, di mana menggabungkan unsur gambar, suara, video, teks dan animasi.

Toko elco computer bergerak di bidang produk dan jasa. Toko tersebut melihat ada sebuah peluang untuk menawarkan produk dan jasa mereka dalam bentuk sebuah iklan elektronik. namun kendala dari mereka adalah tidak adanya sumber daya yang mampu membuat iklan elektronik tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti melihat ini menjadi sebuah peluang untuk membuat video iklan pada toko elco computer, yang bertujuan untuk mempromosikan usaha toko tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah "Bagaimana membuat video iklan sebagai sarana promosi pada toko elco computer"?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka di buatlah batasan batasan masalah untuk membatasi ruang lingkup penelitian. Batasan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Video iklan hanya untuk Toko Elco computer.
2. Video iklan hanya menampilkan produk yang di jual di toko elco
3. Penelitian hanya sebatas pembuatan video iklan.
4. Video iklan menggabungkan animasi 2D dan *live shoot*.

1.4 Maksud Penelitian

Adapun maksud penelitian adalah sebagai berikut :

1. Membuat video iklan yang sesuai dengan kebutuhan toko elco computer.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Maka penulis menggunakan beberapa metode yaitu:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Menghimpun informasi dengan cara mengadakan wawancara kepada pemilik toko dan staf pegawai toko untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.

2. Obsevasi

Mengumpulkan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati.

3. Studi Pustaka

Mengumpulkan informasi pada beberapa sumber untuk dijadikan referensi tertulis yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Informasi itu dapat di peroleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan, buku tahunan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan secara Kualitatif.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada metode perancangan, peneliti akan menggunakan tahap pra produksi.

1.6.4 Metode Pengembangan

Pada tahap ini, peneliti akan menggunakan tahap produksi dan pasca produksi.

1.6.5 Metode Tasting

Pada tahap ini dilakukan pengujian kualitas video yang di hasilkan, sudah sesuai dengan rancangan yang dibuat. Testing menggunakan metode *review testing* dan akan dilakukan juga testing terhadap *owner* toko elco computer.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang dilakukan penulis dalam pembuatan laporan pada Skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I – PEENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan.

BAB II – LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan secara garis besar landasan teori yang berisi tinjauan pustaka, dasar teori pembuatan iklan yang digunakan sebagai dasar penelitian.

BAB III – ANALISI DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang pra produksi di mana konsep awal pembuatan video iklan di buat, mulai dari pembuatan *scrip* dan perancangan *storyboard*.

BAB IV – IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tahap produksi dan pasca produksi, di mana konsep yang telah dibuat di implementasikan menjadi sebuah video. Dan pada tahap ini, akan dilakukan editing dan compositing.

BAB V – PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang menjadikan refrensi untuk acuan dalam penyusunan skripsi ini.