

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini teknologi informasi sudah semakin berkembang. Kebutuhan akan informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bidang periklanan, khususnya media periklanan pada iklan video promosi. Dalam sebuah periklanan, tentulah sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menyampaikan informasi tentang nama perusahaan dan suatu produk baik jasa ataupun barang. Pada media periklanan sendiri dapat mencakup lima unsur multimedia dalamnya, yaitu: video, gambar, audio, text, dan animasi. Sehingga periklanan dapat disebut dengan media periklanan yang komunikatif dibandingkan dengan media cetak. Salah satu multimedia yang paling alternatif dalam periklanan social media yaitu video iklan, sehingga perlu adanya perancangan dan pembuatan video iklan sebagai media promosi. Video iklan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.[1]

Runaway Clothing adalah yang bergerak di bidang jasa pembuatan kaos yang ada di Indonesia.

Runaway Clothing berada di Yogyakarta. Runaway Clothing hanya menggunakan media promosi melalui media online yaitu whatsapp, Sedangkan dalam multimedia media periklanan harus mencakup lima unsur multimedia.

Seiring perkembangan teknologi informasi, suatu perusahaan dalam hal Runaway Clothing harus dapat menciptakan inovasi agar dapat terus berkembang menawarkan barang ataupun jasa yang dimilikinya. Untuk melengkapi media promosi yang telah ada, maka dibuatlah iklan sebagai media promosi baru pada Runaway Clothing di Yogyakarta, dan diharapkan setelah adanya iklan ini dapat membantu memberikan kemudahan pada public untuk mengenali produk yang ditawarkan oleh *Runaway Clothing*

Berdasarkan masalah diatas dapat disimpulkan, penelitian dan penyusunan skripsi ini dibuat dengan judul "Perancangan dan Pembuatan Iklan Video Sebagai Media Promosi Pada Runaway Clothing".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan dapat dirumuskan adalah "Bagaimana cara memproduksi video iklan dengan teknik motion graphic dan livenesshoot untuk mempromosikan *runaway-clothing* pada masyarakat khususnya Yogyakarta.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan video iklan ini menggunakan beberapa aplikasi, diantaranya Adobe Photoshop untuk membuat aset. Sedangkan untuk keperluan editing video penulis menggunakan aplikasi *Adobe Premiere pro 2017*. Adapun untuk memberikan efek video penulis menggunakan aplikasi *Adobe After Effect 2018*
2. Format file video menggunakan file mp4 dengan kualitas full HD 1080p
3. Iklan video berdurasi 1 menit
4. Sasaran media promosi pada media sosial seperti Instagram dan tiktok
5. Ditujukan terutama kepada masyarakat kota Yogyakarta
6. Penelitian ini hanya sebatas membuat video sesuai dengan kebutuhan pihak *runaway clothing*, kemudian diserahkan untuk dijadikan bahan promosi

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka maksud dan tujuan penelitian ini dimaksudkan Untuk Memproduksi video iklan dengan judul "*Perancangan dan Pembuatan Iklan Video Sebagai Media Promosi Pada Runaway Clothing*"

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Mahasiswa

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada Fakultas Ilmu Komputer, Informatika Universitas Amikom Yogyakarta

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah pengetahuan untuk sumber referensi.

3. Bagi Masyarakat

Mempermudah masyarakat Yogyakarta dalam mendapatkan informasi tentang produk Ruaway Cloting melalui video iklan promosi.

4. Bagi Objek Penelitian

Memperkenalkan produk Ruaway Cloting ke masyarakat Yogyakarta melalui media iklan untuk memperluas daya tarik pelanggan.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Wawancara

Data yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan secara langsung dengan mewawancarai pemilik perusahaan Runaway Clothing. Cara ini adalah efektif untuk mengumpulkan data informasi secara akurat.

b. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan ini mengacu pada buku-buku atau literature-literatur yang dibutuhkan sebagai tambahan referensi peneliti mengenai teori cara pembuatan video promosi dimana semuanya berkaitan dengan masalah yang dibahas.

c. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden untuk mendapatkan data dari para responden untuk penelitian ini. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat/direkam

1.6.2 Metode Analisis

Setelah data terkumpul dari hasil wawancara, observasi, dan kepustakaan maka data kemudian dirumuskan masalahnya dan selanjutnya dianalisis untuk memecahkan masalahnya. Metode analisis yang diterapkan yaitu menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Dalam analisis SWOT akan membahas kebutuhan *Software*, *Hardware*, dan *Brainware* yang digunakan dalam penelitian tentang *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman) dari iklan ini.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahapan ini dilakukan persiapan atau tahapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan video promosi yaitu:

1. Praproduksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

1.6.7 Metode Testing

Testing terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan dihadapan objek penelitian dan penayangan di Sosial Media

1.7 Sistematika Penulisan

Secara garis besar tugas akhir ini terdiri dari 5 Bab dengan beberapa sub Bab. Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Adapun uraian singkat mengenai isi tulisan ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II menguraikan mengenai teori-teori yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi ini, yaitu berupa tinjauan pustaka, konsep dasar video, Perancangan, Perencanaan merancang iklan dan proses pembuatan video, dan perangkat lunak yang digunakan penulis.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab III ini menjelaskan mengenai analisis kebutuhan fungsional dan non fungsional yang dibutuhkan dalam perancangan dan pembuatan iklan video sebagai media promosi pada "Runaway Clothing

BAB IV IMPLEMENSTASI DAN PEMBAHASAN

Bab IV membahas mengenai implementasi pembuatan Video Promosi pada tahap kedua yaitu produksi dan pasca produksi

BAB V PENUTUP

Bab V berisi kesimpulan dari pengujian dan analisis yang disampaikan penulis bagi penulis selanjutnya.