

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia bisnis semakin ketat, Setiap perusahaan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan produknya menggunakan teknologi saat ini. Seiring dengan pesatnya laju teknologi yang semakin hari semakin canggih dapat dirasakan langsung dampaknya bagi kegiatan manusia. Sebagian besar kegiatan manusia dikendalikan oleh peran teknologi, dari hal yang sederhana sampai hal yang serius. Perkembangan teknologi tentunya sangat tepat jika pada sebuah periklanan menggunakan media yang memiliki berbagai komposisi seperti audio, video, gambar, animasi dan text, untuk mempromosikan suatu produk baik jasa maupun barang.

Dari hasil pengamatan dan fakta di lapangan sebuah sistem yang telah berjalan khususnya dalam promosi produk dan layanan pada klinik estetika "Betty Beauty Skincare" harus lebih ditingkatkan dan diselesaikan dengan suatu solusi yang tepat, karena sistem yang digunakan saat ini terlalu sederhana.

Berdasarkan hal tersebut maka dibuatlah sebuah sarana informasi dengan metode visual video iklan, karena ketika sebuah produk dipromosikan dengan media yang lebih atraktif dengan tampilan dan *design* visual yang dikemas dengan baik, maka akan menambah daya tarik pembeli untuk mengetahui tentang produk. Sejauh ini, media promosi yang digunakan oleh Betty Beauty Skincare adalah brosur yang hanya berisi text dan gambar. Berbeda dengan sebuah video iklan yang tidak hanya mencakup text dan gambar tetapi

juga animasi, suara, dan video. Video iklan tersebut mampu menyampaikan pesan dengan penglihatan, suara dan gerak, maka dari itu video iklan lebih unggul dalam menampilkan sebuah informasi yang tersirat.

Oleh karena itu, penulis terdorong untuk mengadakan penelitian tentang “Analisis dan Pembuatan Iklan Pada Klinik Estetika “Betty Beauty Skincare” Banyumas Jawa Tengah”. Diharapkan dengan adanya video iklan tersebut mampu membantu mengenalkan Klinik Betty Beauty kepada masyarakat luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dijabarkan diatas, maka dalam hal ini masalah dapat yang dirumuskan adalah *“Bagaiman cara menganalisa dan membuat iklan pada Klinik Estetika “Betty Beauty Skincare” Banyumas, Jawa Tengah?”*.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah perlu dibuat untuk memberikan arahan yang jelas bagi penulis untuk menganalisa masalah dalam penelitian ini agar dapat dicari pemecahan masalah yang optimal. Berdasarkan asumsi tersebut maka penulis menentukan batasan masalah penelitian, yaitu penelitian ini ditujukan pada pihak Betty Beauty Skincare khususnya sebagai media promosi. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya:

1. Iklan ini menampilkan informasi seputar profil Klinik.
2. Berdurasi sekitar 30 detik.
3. Penayangannya menjadi wewenang pihak Betty Beauty Skincare

4. Iklan ini dibuat dengan menggunakan software Adobe After Effects CC 2015, Adobe Premier Pro CC 2016 dan Adobe Photoshop CC 2015.
5. Target pemasaran adalah orang-orang dengan usia diatas 16 tahun.
6. Hasil implementasi video profil menggunakan teknik *color grading*, *motion graphis* dan visual efek ini akan berbentuk sebuah iklan video.
7. Iklan ini diuji dengan kuesioner dengan sasaran adalah pihak klinik, responden ahli dan masyarakat umum.

1.4 Tujuan Penelitian

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

1. Merancang sebuah iklan yang sesuai kebutuhan Betty Beauty Skincare.
2. Memperkenalkan Betty Beauty Skincare kepada masyarakat agar tertarik datang untuk merasakan layanan dan produk perawatan kulit disana.
3. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan dengan harapan ilmu yang dipelajari dapat bermanfaat dan dapat diterapkan didunia nyata.
4. Memenuhi persyaratan kelulusan bagi jenjang Strata-1 STMIK Amikom Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mudah dimengerti dan hasilnya sesuai dengan apa yang diharapkan serta mendapatkan

hasil karya ilmiah yang berkualitas dalam penyusunan laporan, maka penulis menggunakan alur dari metode pengembangan sistem adalah sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai masalah yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Beberapa metode yang digunakan antara lain adalah sebagai berikut:

1.5.1.1 Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung kegiatan di Betty Beauty Skincare yang berkaitan dengan yang akan diteliti secara sistematis agar hasil yang diperoleh lebih akurat.

1.5.1.2 Metode Wawancara

Yaitu mengadakan Tanya jawab langsung kepada owner berdasarkan tujuan penelitian yaitu dengan mencari data tentang Betty Beauty Skincare untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

1.5.1.3 Kepustakaan

Yaitu cara mengambil bahan-bahan dan pengumpulan data dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan penelitian agar mendapatkan teoritas tentang masalah pembuatan iklan televisi.

1.5.2 Analisis

Berdasarkan hasil observasi/pengamatan dan wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT untuk mengetahui kelemahan sistem yang sedang berjalan, guna menentukan pengembangan sistem yang akan dilakukan.

1.5.3 Produksi

Metode Perancangan yang digunakan untuk membuat video profil ini adalah Metode perancangan Pra-produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

1.5.4 Evaluasi

Mengevaluasi hasil penelitian agar dapat menyempurnakan hasil penelitian sehingga dapat memperoleh apa yang dibutuhkan dan diharapkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis memberikan gambaran secara garis besar dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan pada penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan secara rinci teori-teori yang digunakan untuk mendasari penelitian, seperti pengertian multimedia, bentuk-bentuk pembelajaran dan masalah-masalah serta teori lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini dan software yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini membahas mengenai sejarah dan gambaran umum perancangan iklan pada Betty Beauty Skincare dan menganalisis kebutuhan biaya, permasalahan serta solusi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan sebuah kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, dan jawaban dari rumusan masalah, serta lampiran mengenai keterbatasan segala sesuatu yang berhubungan dengan pembuatan iklan yang dapat digunakan untuk pengembangan selanjutnya.