

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Car audio kini mulai menjadi hobi baru bagi para pecinta modifikasi mobil. Mobil yang sejatinya hanya sebagai kendaraan sekarang menjadi sebuah penilaian kreatifitas pemiliknya dengan pemasangan audio didalamnya. Bukan hanya itu saja, gengsi pemiliknya juga dipertaruhkan dengan audio berkualitas tinggi dan harga yang dikeluarkan. Banyaknya kontes event audio membuat pehobi car audio semakin semangat dalam mengeksplor kreativitas dan mengeluarkan dana yang tidak sedikit.

Munculnya hobi baru ini membuat para pebisnis mulai melirik bidang ini. Sekarang banyak ditemui bengkel car audio bersaing dalam mencari pelanggan. Iklan merupakan sarana utama sebuah perusahaan untuk menjual produk atau jasa. Dengan iklan yang sederhana dan menarik akan membuat pelanggan semakin yakin dengan jasa bengkel car audio. Iklan dalam bentuk video diyakini dapat menarik lebih banyak pelanggan, karena dengan gabungan suara dan gerakan membuat iklan tampak lebih hidup dan menimbulkan rasa kepercayaan dari pelanggan.

Sekarang ini masih jarang bengkel car audio yang menggunakan metode periklanan dalam bentuk video. Kebanyakan hanya menggunakan website dan juga testimony dari pelanggan. D&D Audio juga ingin menyakinkan konsumen bahwa jasa yang diberikan bagus dan tidak kalah dengan bengkel lainnya.

Dari masalah tersebut maka penulis ingin membuat sebuah video iklan sebagai media promosi dengan menggabungkan animasi 3D dan *liveshoot*

menggunakan *greenscren*. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Pembuatan Video Iklan Sebagai Sarana Promosi di D&D Audio Yogyakarta”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah, yaitu: “Bagaimana membuat video iklan dengan menggunakan 3D dan liveshoot sebagai sarana promosi ?”

## 1.3 Batasan Masalah

Karena luasnya dalam penyusunan laporan ini, maka penulis membatasi hanya beberapa hal berikut ini:

1. Iklan D&D Audio Yogyakarta berdurasi 30 detik.
2. Menggunakan format video .mpeg-4 dengan kualitas HDTV 1080 (High Defination Television) ukuran yang digunakan 1920 x 1080px.
3. Iklan akan diserahkan pada D&D Audio Yogyakarta.
4. Iklan akan diupload di media sosial (youtube, facebook, dan instagram).

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

### Maksud :

Menggunakan animasi 3D dengan liveshoot untuk membuat video iklan di D&D Audio.

### Tujuan :

Tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Sebagai syarat kelulusan untuk menyanggah gelar Sarjana Komputer dalam bidang informatika dan komputer pada STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Membuat iklan D&D Audio Yogyakarta sebagai sarana promosi.
3. Memperkenalkan D&D Audio Yogyakarta pada masyarakat.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Bagi penulis**

1. Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang di dapat selama menempuh studi di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Mampu menimbang kemampuan dan sebagai tahap mengembangkan diri dalam poses pembuatan video iklan.
3. Mengerti batas kemampuan diri dalam bidang multimedia.

### **1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan**

1. Sebagai media promosi D&D Audio Yogyakarta.
2. Supaya D&D Audio Yogyakarta lebih di kenal masyarakat luas tidak hanya di Yogyakarta.
3. Memberikan informasi tentang kualitas jasa yang diberikan D&D Audio Yogyakarta kepada konsumen.
4. Mampu meningkatkan daya saing D&D Audio Yogyakarta dengan bengkel audio lain dalam menarik perhatian konsumen.

### 1.5.3 Manfaat Bagi Konsumen

1. Memberikan pandang kepada konsumen agar tertarik menggunakan jasa D&D Audio Yogyakarta.
2. Memberikan keyakinan bahwa kualitas jasa yang diberikan D&D Audio Yogyakarta lebih bagus.

### 1.6 Metode Penelitian

Metode pengumpulan data serta informasi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

##### A. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap video visual effect yang mempunyai ciri yang sama.

##### B. Studi Kepustakaan

Studi ini dilakukan dengan mempelajari referensi yang didapat dari berbagai sumber, baik sumber buku dan media internet yang berhubungan dengan skripsi penulis.

##### C. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab langsung kepada pemilik bengkel.

#### 1.6.2 Metode Perencanaan

Merupakan tahapan perencanaan. Dalam pembuatan video iklan, hal ini meliputi perencanaan konsep, lokasi *shoting*, *background* dan hal-hal lain yang patut untuk direncanakan.

## **1.6 Implementasi Rencana**

Yaitu tahap produksi dan pengeditan (pasca produksi) dalam pembuatan video iklan.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Metode ini dilakukan agar penyusunan skripsi menjadi lebih terarah dan mampu dipahami oleh pembaca. Sistematika penulisan pada skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori dasar pembuatan iklan, teori multimedia dan software yang akan digunakan untuk pembuatan iklan ini.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisis perancangan iklan, mulai dari pembuatan alur cerita serta tahapan pra produksi, seperti pembuatan ide cerita dan *storyboard* yang digunakan untuk video iklan.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menerangkan tentang perancangan iklan dan pembahasan tentang iklan yang dibuat.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi.

