

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada masa sekarang meningkat sangat pesat, seperti teknologi di bidang multimedia. Multimedia memberikan peranan penting dalam memberikan informasi dan promosi untuk menyampaikan isi dari sebuah kualitas perusahaan yang berupa gambar dan suara, sehingga jika digabungkan akan menjadi sebuah video. Industri kreatif menggunakan multimedia untuk berbagai keperluan mulai dari seni rupa, untuk hiburan, untuk seni komersial, untuk jurnalistik, media dan layanan perangkat lunak yang disediakan untuk industri.^[10]

Ada beberapa macam video yang bisa dibuat untuk meningkatkan kualitas perusahaan, salah satunya adalah video iklan. Periklanan merupakan salah satu tahap dalam pemasaran. Produk barang atau jasa, baik penamaannya, pengemasannya, penetapan harga, dan distribusinya tercermin dalam kegiatan periklanan.^[14]

Periklanan televisi merupakan media yang dapat memberikan sarana promosi dan informasi yang akan mengundang masyarakat lebih banyak, hal tersebut dimulai pertama sejak tahun 1947 berupa iklan sponsor ship. Stasiun televisi CBS mulai menayangkan iklan televisi pada bulan juni 1948 berupa iklan sponsorship dari Lincoln-mercury.^[16] Dengan perkembangan teknologi, desain dan aplikasi multimedia iklan televisi mampu menjadi media promosi informasi yang sangat baik bagi instansi. Itu telah terbukti pada bulan Mei 1949, departemen Perdagangan Amerika Serikat mengemukakan besarnya

kekuatan penjualan melalui televisi. Televisi merupakan kombinasi dari gambar bergerak, suara, dan kesegaran.^[17]

Good Mood Store adalah perusahaan *fashion* yang bertempat di salah satu mall di Yogyakarta, Galeria Mall lantai 2. Perusahaan *fashion* ini bisa dibilang belum lama berdiri yaitu sejak Desember 2011. Perusahaan ini mengalami perkembangan yang bisa dikatakan bertahap walaupun perlahan, tetapi memiliki tujuan untuk menjadikan perusahaan yang lebih baik lagi. Tidak banyak barang yang mereka produksi sendiri, tetapi beberapa bahkan banyak pengusaha yang bekerja sama dengan perusahaan ini dalam bisnis *fashion*. Tidak hanya pengusaha dari wilayah kota Yogyakarta saja, tetapi ada yang dari Pacitan, Jakarta, Bandung.

Selama ini media informasi dan promosi yang kini Good Mood Store berikan lebih kearah poster dan foto – foto produk yang ditampilkan baik secara manual atau digital di media sosial seperti facebook, twitter, instagram. Good Mood Store ingin mengembangkan cakupan promosinya dengan media periklanan televisi dalam bentuk video, namun Good Mood Store belum memiliki video iklan yang digunakan untuk cakupan tersebut. Melihat hal itu, membuat video iklan pada Good Mood Store adalah ide yang akan lebih mengembangkan perusahaan ini dalam memberikan informasi dan promosi.

Dari masalah yang telah diuraikan diatas, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Perancangan Dan Implementasi Sudut Pandang Kamera Subyektif Menggunakan Teknik Timelapse Untuk Video Iklan di Good Mood Store”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana merancang dan mengimplementasikan sudut pandang kamera subyektif menggunakan teknik *timelapse* untuk video iklan di Good Mood Store ?

1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup video sangat luas, maka dalam penyusunan laporan ini, penulis mempunyai batasan masalah pada penelitian ini agar sesuai dengan konsep pembuatan sebagai berikut:

- a. Video iklan ini hanya membahas tentang Good Mood Store dan produk di dalamnya.
- b. Video iklan dibuat dengan durasi 30 detik. (Daftar harga menampilkan iklan terlampir)

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, penulis memiliki tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi sebagai berikut :

- a. Membuat video iklan dengan sudut pandang kamera subyektif dan menerapkan teknik *timelapse* pada pembuatan video iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penyusunan skripsi ini diharapkan oleh penulis dapat memberikan manfaat bagi Good Mood Store sebagai berikut :

- a. Video iklan ini bisa digunakan sebagai media promosi bagi Good Mood Store untuk menyampaikan informasi produk – produknya kepada masyarakat.
- b. Dapat digunakan sebagai pengembangan media informasi dan media promosi bagi masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

Dalam pencapaian tujuan, penulis memerlukan pengumpulan data sebelum melakukan perancangan dan implementasi. Pengumpulan data – data sebagai pelengkap untuk mendukung keakuratan informasi yang akan dihasilkan. Untuk itu metode penelitian ini sesuai dengan judul skripsi yang penulis angkat, sebagai berikut :

1.6.1 Metode Action Research

Action Research merupakan salah satu bentuk rancangan penelitian, dalam penelitian tindakan peneliti mendeskripsikan, menginterpretasikan dan menjelaskan suatu situasi sosial pada waktu yang bersamaan dengan melakukan perubahan atau intervensi dengan tujuan perbaikan atau partisipasi.

Action research adalah kegiatan atau tindakan perbaikan sesuatu yang perencanaan, pelaksanaan dan evaluasinya digarap secara sistematis sehingga validitas dan reliabilitasnya mencapai tingkatan riset.^[4]

Dari penjelasan diatas tentang *Action Research*, penulis memberikan beberapa tahapan – tahapan yang akan dilakukan sebagai berikut :

- a. Melakukan identifikasi kekurangan - kekurangan yang terjadi di bagian informasi dan promosi pada Good Mood Store.
- b. Penulis dan *Marketing* Good Mood Store bersama – sama memahami pokok kekurangan yang ada yaitu kurangnya media sebagai informasi dan promosi yang lebih luas bagi masyarakat. Kemudian bersama – sama mencari penyelesaian yang tepat untuk mengembangkan dengan membuat video iklan.
- c. Penelitian dan pelaksanaan dilaksanakan dalam waktu kurang lebih 4 bulan dimulai dari bulan Maret 2015 sampai dengan Juni 2015 dan bertempat di Good Mood Store. Penulis merancang dan mengimplementasikan rencana dengan harapan agar kekurangan yang ada dapat dikembangkan.
- d. Setelah masa perancangan dan implementasi video iklan dianggap cukup, kemudian penulis dan *marketing* Good Mood Store melakukan evaluasi hasil dan dilihat bagaimana penerimaan masyarakat dalam menyaksikan video iklan yang telah dibuat.

1.6.2 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan implementasi video iklan di Good Mood Store dilakukan dengan pengumpulan data sebagai berikut :

1.6.2.1 Metode Wawancara (Interview)

Metode ini dilakukan dengan cara penulis melakukan wawancara langsung terhadap pihak Good Mood Store yang berisi dengan tanya jawab untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi dan pembuatan video iklan ini.

1.6.2.2 Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan atau observasi terhadap objek yang diteliti yaitu Good Mood Store untuk mendapatkan informasi lain yang tidak didapat dari metode wawancara.

1.6.2.3 Metode Kepustakaan

Metode ini dilakukan dengan cara penulis mempelajari teori – teori yang diperoleh sebagai referensi dan pembandingan untuk penyusunan skripsi sebagai berikut :

- a. Artikel dan jurnal yang terkait dengan periklanan.
- b. Buku dan referensi tentang multimedia dan pembuatan video dengan menggunakan *Adobe Premiere* dan *Adobe After Effect*.

1.7 Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini akan disusun dengan sistematika penulisan yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah pembuatan video iklan di

Good Mood Store, perumusan masalah yang akan dibuat, batasan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian, metode penelitian dalam penyusunan Skripsi, dan sistematika penulisan Skripsi serta susunan jadwal kegiatan penyusunan Skripsi.

BAB II DASAR TEORI

Bab ini menguraikan dasar-dasar teori konsep pada video iklan yang akan penulis buat yang menjadi landasan pokok terbentuknya sebuah rancangan atau langkah – langkah dalam pembuatan video iklan secara teoritis.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan dijelaskan secara umum tentang objek yang digunakan yaitu tentang Good Mood Store. Dimulai dari gambaran umum tentang perusahaan yaitu sejarah, visi dan misi, tujuan perusahaan hingga struktur organisasi Good Mood Store. Selain itu penulis akan menguraikan tentang perancangan iklan dari proses pra produksi.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini akan mulai membahas bagaimana mengimplementasikan sudut pandang kamera subyektif dengan menggunakan teknik *timelapse* pada video iklan Good Mood Store dan akan menjelaskan perancangan secara teknis serta memaparkan hasil dari penerapan tersebut.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini dikemukakan secara singkat kesimpulan, mencakup jawaban yang diperoleh dari interpretasi data yang merupakan jawaban terhadap permasalahan penelitian, nilai lebih dan kelemahan dari penelitian yang telah dilakukan. Berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis, pengumpulan data dan hasil dari pembuatan video iklan yang dibuat, serta bagian penutup.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat tentang kajian pustaka yang dijadikan acuan dalam penelitian yaitu semua sumber yang dikutip baik dari buku-buku, modul, makalah, jurnal serta internet dan berfungsi sebagai langkah referensi maupun panduan dalam pembuatan Skripsi ini.

LAMPIRAN

Lampiran digunakan untuk memberikan keterangan lain yang berisi data atau informasi untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasan dalam penyusunan skripsi.

1.8 Jadwal Kegiatan

Rencana kegiatan penelitian dijadwalkan sebagai berikut :

Tabel 1.1 Alokasi Waktu Rencana Penelitian

No	Kegiatan	Maret	April	Mei	Juni
		→→→	→→→	→→→	→→→
1	Kumpulan Data				
2	Merumuskan Masalah Dengan Batasan-batasan				
3	Membuat Konsep Atau Ide				
4	Rancangan Dan Desain				
5	Implementasi Sistem				
6	Menganalisa Hasil Penelitian				
7	Revisi Naskah				
8	Penulisan Laporan				