

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Multimedia ialah termasuk salah satu bidang dari komputer yang berkembang pesat, teknologi multimedia pada masa sekarang ini memiliki peran yang besar dalam berkomunikasi, bisnis, pendidikan, dan perindustrian. Kelebihan multimedia adalah menarik indra dan menarik minat, karena merupakan gabungan dari banyak media seperti gambar, suara, dan text, sehingga dengan multimedia perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai perusahaan dengan baik. Video iklan merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari multimedia. Video iklan yang disampaikan melalui media televisi, media sosial, produk atau jasa dapat lebih mudah dikenalkan kepada masyarakat luas karena media sosial media televisi dapat menjangkau yang luas dengan waktu yang cukup singkat.

Gembira Loka Zoo adalah Kebun Binatang satu satunya yang dimiliki oleh Daerah Istimewah Yogyakarta. Tidak hanya koleksi hewan yang lengkap, Gembira Loka Zoo juga memiliki wahana yang menarik dan juga memiliki fasilitas. Selama ini gembiraloka telah membuat video profil yang berdurasi panjang 7 - 15 menit, dengan durasi yang panjang tersebut penonton akan menunggu terlalu lama hanya untuk melihat wahana apa saja yang ada di gembira loka Dan juga banyak yang belum mengetahui sarana penunjang apa saja di Gembira Loka tersebut.

Maka dibuatlah iklan dengan Konsep menjelaskan atau menginformasikan sarana penunjang yang ada di Gembira Loka Zoo. Dalam

pembuatan iklan, Penulis akan menggunakan Teknik *Motion Graphic*. *Motion Graphic* adalah menggabungkan unsur-unsur kreatif yang berbeda seperti tipografis, ilustrasi, logo, bentuk dan video, kemudian animasi atau bergerak dengan cara yang menceritakan sebuah cerita. *Motion graphic* dapat mengilustrasikan sebuah cerita sebagai gambaran apa yang akan dilakukan.

Dengan teknik *motion graphic* penulis akan membuat sebuah video iklan dengan Judul **“Pembuatan Iklan Televisi Gembira Loka Zoo Dengan Menggabungkan Teknik Motion Graphic dan Live Shoot”**.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melihat latar belakang masalah tersebut maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalahnya adalah “Bagaimana membuat iklan Gembira Loka Zoo dengan menggunakan Teknik *Motion Graphic* ?”

1.3 Batasan Masalah

Karena Luasnya Penelitian ini, Maka Penulis Membatasi hanya pada:

1. Software utama yang digunakan adalah *Adobe Illustrator SC6*, *Adobe After Effect CS6*, *Adobe Premiere ProCS6*, *Autoileks Maya 2013*, *Adobe Audition CS6*.
2. Iklan Gembira Loka Zoo Berdurasi 60 detik.
3. Informasi yang disampaikan hanya membahas tentang sarana penunjang di Gembiraloka zoo.
4. Iklan Menggunakan penggabungan Teknik *Motion Graphic* dan *live shoot*.
5. Iklan ini sampai diberikan kepada pihak Gembira Loka Zoo
6. *Visualisasi* Maksot Gembira Loka Zoo dibuat dengan Konsep 3D

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan Penelitian ini :

1. Membuat iklan Gembira Loka Zoo dengan menggabungkan teknik motion graphic.
2. Menerapkan ilmu yang sudah pernah dipelajari selama menempuh pendidikan dan diharapkan dapat memberi manfaat pada objek dan penulis sendiri.

1.5 Manfaat Penelitian

Penyusunan Skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak- pihak tersebut :

1. Bagi Penulis

Dengan penyusunan skripsi ini berarti penulis menerapkan ilmu yang didapat selama mengikuti pendidikan di STMIK AMIKOM Yogyakarta, Khususnya dalam Bidang Multimedia.

2. Bagi masyarakat

Berdasarkan Penyusunan Skripsi ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat di jadikan referensi bagi mahasiswa yang ingin mengetahui bagaimana membuat iklan .

3. Bagi Gembira Loka Zoo

Sebagai media promosi dan memperkenalkan sarana penunjang Gembira Loka Zoo kepada masyarakat luas agar mudah tersampaikan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode pengumpulan data

1. Metode Observasi

Dalam metode ini dilakukan dengan mengamati secara langsung apa saja yang Gembira Loka Zoo berikan untuk memberikan point – point penting yang akan disampaikan dalam iklan yang akan dibuat nanti.

2. Metode Kepustakaan

Metode ini dilakukan untuk mencari dan melihat beberapa referensi teori dan video baik di dalam buku atau internet (youtube) yang bersangkutan iklan dan animasi motion grafik.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam metode ini penulis akan menggunakan model analisis SWOT dan analisis kebutuhan dalam penelitian ini penelitian ini.

1.6.3 Metode Perancangan

1. Merancang konsep iklan

Dalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan dan menentukan aliaran pada iklan yang akan dibuat.

2. Merancang naskah iklan

Dalam merancang naskah menentukan dialog dan urutan dalam menulis iklan agar lebih efektif. Memperlihatkan kata kata yang digunakan untuk membidik pasar yang tepat, serta memperhatikan aspek-aspek yang menonjol menghasilkan iklan yang tepat sasaran.

3. Merancang *storyboard*

Storyboard adalah serangkaian gambar sketsa yang menggambarkan urutan atau alur cerita setelah naskah iklan dan rancangan animasi yang dibuat selesai.

4. Produksi iklan

Tahap ini adalah aksi dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya. Memproduksi sistem multimedia dibagi menjadi 3 rangkap, yaitu pra produksi, tahap produksi, dan pasca produksi.

1.6.4 Evaluasi

Penulis melakukan *testing* terhadap video iklan dengan melakukan upload penayangan objek dan akhir video iklan di media sosial seperti youtube, facebook, di televisi lokalyogyakarta.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam laporan pembuatan skripsi disusun dengan sistematika penulisan laporan penelitian. Yang dibagi tiap susunan bab dan keterangan untuk penjelasan dalam tiap bab yang ditulis. berikut adalah penusunan bab dan keterangan singkatnya :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I ini merupakan dari pengantar pokok yang berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan laporan

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada BAB II ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulis skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah – langkah dalam pembuatan iklan.

3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada BAB III ini adalah gambaran dari gembira loka zoo. Serta penjelasan tentang pembuatan iklan , manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan iklan tersebut.

4. BAB IV IMPLEMENTASI

Pada BAB IV ini dalam penulisan skripsi berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat,dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

5. BAB V PENUTUP

Pada BAB V ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan dari iklan Televisi Gembira Loka zoo ini

DAFTAR PUSTAKA

Membuat keterangan yang didapatkan dari beberapa buku dan internet sebagai referensi dan panduan untuk membantu dalam pembuatan dan sebagai penulisan skripsi.