

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, kehidupan kita sangatlah akrab dengan dunia periklanan. Iklan senantiasa hadir dimanapun dan kapanpun kita beraktivitas dalam wujud yang bisa kita simak dan saksikan melalui layar televisi, radio, brosur, koran hingga *videotron* di sudut-sudut keramaian. Sebuah iklan yang baik tentu akan mampu memikat hati pemirsanya untuk menyukai hal yang diiklankan dalam iklan tersebut, melalui keselarasan bahasa, gambar, serta penggarapan yang kreatif. Untuk mencapai keselarasan tersebut, maka dalam memproduksi sebuah iklan, bahasa dan gambar atau ilustrasi hendaknya digarap secara cermat.

Yogyes.com adalah portal wisata Yogyakarta berbasis internet dan merupakan produk usaha dari PT. Portal Wisata Indonesia yang berkantor di Nologaten, Sleman, DI Yogyakarta. Yogyes.com berdiri dan mulai dapat diakses melalui jaringan internet sejak tahun 2003 atau hingga skripsi ini ditulis Yogyes.com telah beroperasi selama tidak kurang dari 12 tahun. Yogyes.com berfokus menyediakan kebutuhan wisatawan akan informasi seputar bidang pariwisata di provinsi DIY dan memiliki tujuan untuk memajukan perekonomian lokal dengan cara membantu promosi pariwisata melalui jaringan internet.

PT. Portal Wisata Indonesia telah mengusahakan berbagai macam upaya untuk mempromosikan website Yogyes.com hingga dikenal luas oleh masyarakat dan mendapat apresiasi bergengsi dari media internasional *The Washington Post* dan *Lonely Planet*. Namun demikian, pihak PT. Portal Wisata Indonesia tidak mau berpuas diri dengan pencapaian tersebut dan terus mengupayakan inovasi media promosi, salah satunya adalah dengan melalui media iklan televisi. Media iklan televisi diduga mampu untuk memaksimalkan upaya promosi yang telah dilakukan selama ini. Melalui iklan televisi diharapkan dapat membantu untuk mengenalkan Yogyes.com kepada masyarakat yang lebih luas di segala segmen usia dan pendidikan. Berdasarkan hal tersebut diatas, penulis tertarik untuk membantu perusahaan membuat iklan televisi dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul: "PEMBUATAN VIDEO IKLAN TELEVISI BERBASIS ANIMASI 2D PADA PT. PORTAL WISATA INDONESIA".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu, bagaimana membuat video iklan televisi Yogyes.com berbasis animasi 2D pada PT. Portal Wisata Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka batasan masalah yang di lampirkan, yaitu :

1. Iklan dibuat untuk PT. Portal Wisata Indonesia sebagai media promosi merk Yogyes.com dalam bentuk video.
2. Peneliti menawarkan penerapan animasi 2D dalam memproduksi iklan.
3. Hasil pembuatan animasi 2D ini akan berbentuk video iklan berdurasi 30 detik.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah :

1. Membuat video iklan berbasis animasi 2D untuk PT. Portal Wisata Indonesia.
2. Untuk memperkenalkan Yogyes.com kepada masyarakat luas.
3. Sebagai salah satu syarat untuk penulis menyelesaikan pendidikan program Strata 1 Sistem Informatika Pada STMIK Amikom Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat video iklan televisi berbasis animasi 2 Dimensi untuk PT. Portal Wisata Indonesia sebagai media promosi.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain :

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke kantor PT. Portal Wisata Indonesia oleh penulis untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

2. Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan secara langsung kepada manajemen PT. Portal Wisata Indonesia. Cara ini merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi secara akurat.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam metode studi pustaka. Metode studi pustaka ini menggunakan acuan berupa buku-buku atau literatur-

literatur yang relevan dengan proses penelitian sebagai tambahan referensi peneliti.

1.5.2 Metode Perancangan/ Pembuatan Iklan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan animasi yaitu tahap praproduksi yang nantinya dapat memperlancar proses pembuatan iklan. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan televisi meliputi penentuan ide cerita, pengumpulan data, pembuatan naskah hingga pembuatan *storyboard*.

1.5.3 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan gambar hingga menganimasikan gambar. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pascaproduksi yang meliputi *compositing* dan *rendering*.

1.5.4 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan dihadapan objek penelitian dan penayangan di stasiun televisi lokal di Yogyakarta.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka dan masalah mengenai pengenalan iklan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi profil singkat PT. Portal Wisata Indonesia, pembahasan mengenai ide cerita, naskah, *storyboard*, dan analisis mengenai praproduksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang proses produksi dan pascaproduksi, dimana pada tahap produksi membahas tentang pembuatan bahan-bahan animasi dan pascaproduksi membahas bagaimana mengimplementasikan

bahan-bahan animasi menjadi animasi yang utuh, yaitu berupa video iklan televisi berbasis animasi 2 Dimensi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang bersifat konstruktif yang dapat digunakan sebagai bahan peninjauan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber ataupun buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi ini.

