

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Moshi Moshi Drink adalah usaha yang bergerak dalam bidang kuliner, Moshi Moshi diambil dari bahasa jepang yang berarti selamat datang. Dengan harapan banyak orang yang datang berkunjung ke Moshi Moshi Drink. Moshi Moshi Drink beralamatkan di Jl.Kaliurang Km 5,6 Yogyakarta, 55282.

Karena masih terbilang baru, Moshi Moshi masih belum dikenal luas oleh masyarakat. Hal ini terjadi karena kurangnya publikasi dan promosi kepada masyarakat atau konsumen. Melihat banyaknya persaingan didalam bidang kuliner ini, maka moshi moshi drink berinovasi untuk mengenalkan produknya dengan menggunakan media informasi televisi atau iklan televisi. Dalam pembuatan iklan bagi moshi moshi drink akan menggunakan teknik green screen.

Teknik Green Screen adalah prosedur dimana dua gambar dapat dicampur dan di bawah proses. Gambar di depan dihapus dalam rangka untuk mengungkapkan gambar yang ada di balik itu. Karena sensor gambar dalam kamera digital sensitif terhadap warna hijau, ini adalah mengapa warna yang digunakan lebih sering dilatar belakang dibandingkan dengan rona lain. Berdasarkan permintaan manajer Moshi Moshi Drink maka iklan televisi dengan teknik green screen diharapkan dapat membantu dalam promosi dan pemasaran produk Moshi Moshi Drink. Maka judul penelitian ini "Pembuatan Iklan Televisi

Moshi Moshi Drink dengan Menggunakan Teknik Green Screen Sebagai Media Promosi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diuraikan rumusan masalah yang akan menjadi pokok bahasan adalah bagaimana membuat iklan televisi dengan menggunakan teknik green screen pada Moshi Moshi Drink dapat membuat produk ini lebih dikenal masyarakat?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan masalah diatas, maka batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu :

1. Iklan Moshi Moshi Drink ini berupa live shoot dan berdurasi 45 detik.
2. Iklan yang dibuat adalah iklan televisi.
3. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah adobe after effect
4. Iklan ini digunakan untuk media promosi pada Moshi Moshi Drink.
5. Iklan ini menerapkan teknik green screen.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud yang ingin disampaikan dari penulisan skripsi ini antara lain :

- a. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- b. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh selama studi di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin disampaikan dalam pembuatan skripsi ini adalah :

- a. Membantu mempromosikan produk Moshi Moshi Drink supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas.
- b. Membuat produk Moshi Moshi Drink agar diminati oleh masyarakat luas.

1.5 Metode Penelitian

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

- a. Metode Observasi
Observasi adalah mencari data dengan bertemu langsung dengan manager toko untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggung jawabkan.
- b. Metode Kepustakaan
Metode yang diperoleh dari buku-buku yang memiliki keterkaitan dengan pembuatan iklan menggunakan teknik green screen.

1.5.2 Metode Analisis

Dalam pembuatan iklan ini menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau spekulisasi bisnis.

1.5.3 Metode Pembuatan

Metode ini menjelaskan tentang proses pembuatan iklan dengan menggunakan teknik green screen dari proses pengambilan gambar sampai menjadi iklan.

1.6 Sistematika Penulisan

Pembuatan skripsi ini merupakan pergabungan beberapa bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, definisi multimedia, definisi iklan, tahapan pembuatan iklan, serta pengertian green screen.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan, ide cerita dari iklan, naskah, dan storyboard pada pengaplikasian dalam teknik green screen pada iklan televisi untuk Moshi Moshi Drink.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil dan proses pembuatan iklan Moshi Moshi Drink pada saat pengambilan video, proses pemilihan video, proses editing, hasil dari kuisioner dalam menentukan iklan ini menarik atau tidaknya untuk dipromosikan, dan proses penggabungan video dengan gambar sampai proses akhir.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang membangun dari penyusunan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku referensi – sumber referensi – sumber yang menjadi acuan dalam proses penyusunan skripsi tersebut.