

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era Globalisasi ini banyak sekali media yang menggunakan teknologi untuk diterapkan dalam mempermudah kegiatan manusia pada aktivitas sehari-hari. Salah satunya yaitu penggunaan teknologi dalam media penyebaran informasi. Penyebaran informasi dengan menggunakan teknologi yang tepat dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat, dan multimedia merupakan teknologi yang efektif dan efisien dalam penyebaran informasi.

Seorang produsen tentu selalu menginginkan produknya dapat diterima masyarakat secara luas. Agar produknya sampai ke konsumen maka diperlukan informasi yang jelas melalui teknologi multimedia yaitu media periklanan. Iklan yang ditayangkan melalui televisi merupakan bentuk media periklanan yang digunakan produsen untuk mengkomunikasikan informasi dengan menjangkau penonton dalam jumlah besar. Oleh karena itu iklan melalui media televisi dapat berpengaruh besar dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan atau instansi.

Berdasarkan data yang diperoleh, penulis bermaksud menambah jumlah media promosi dari *Alive Fusion Dining* dengan menggunakan iklan melalui media televisi agar dapat menarik lebih banyak pelanggan, karena media promosi di dalam *Alive Fusion Dining* masih sederhana, yaitu masih melalui radio dan social media, seperti *twitter* dan *facebook*.

## 1.2. Rumusan Masalah

Setelah melihat dari latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut. Bagaimana merancang sebuah video iklan dengan teknik motion grafik pada *Alive Fusion Dining*?

## 1.3. Batasan Masalah

Agar penulisan dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan video iklan sebagai berikut:

1. Video iklan ini dibuat untuk *Alive Fusion Dining* di Yogyakarta sebagai media promosi dalam bentuk video dengan durasi 35 detik yang akan ditayangkan pada televisi lokal Yogyakarta (RBTv).
2. Pembuatan video iklan ini membutuhkan beberapa software antara lain : Adobe Photoshop, Adobe After Effect, dan Adobe Premiere Pro
3. Hardware yang digunakan : kamera video, tripod.
4. Menggunakan format video AVI.
5. Menggunakan teknik greenscreen, motions tracking, timelapse dan animasi pada tahap produksi.

## 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin disampaikan dalam menyusun skripsi ini, adalah sebagai berikut :

1. Membuat video iklan melalui media televisi sebagai media promosi pada *Alive Fusion Dining* Yogyakarta.
2. Agar memperoleh gambaran nyata bagaimana cara membuat sebuah video iklan pada televisi serta penggunaan alat yang ada secara maksimal.
3. Sebagai persyaratan kelulusan jenjang strata-I STMIK AMIKOM “Amikom” Yogyakarta.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Karena kaitannya dengan promosi *Alive Fusion Dining* maka diharapkan dengan adanya perancangan video iklan berupa promosi *Alive Fusion Dining* yang digambarkan dengan *motion graphic* akan menarik minat calon pengunjung.

a. Bagi Calon Konsumen

Agar calon konsumen lebih mengetahui “*Alive Fusion Dining*” sebagai tempat untuk bersantai.

b. Bagi *Alive Fusion Dining*

Video iklan ini dapat menambah jumlah pelanggan baru di *Alive Fusion Dining*. Membawa citra yang baik untuk *Alive Fusion Dining*.

c. Bagi Penulis

Sebagai bentuk pelatihan untuk proses perancangan iklan komersial agar lebih baik dari yang sebelumnya serta sebagai bentuk sumbangan pikiran dari penulis (mahasiswa) untuk masyarakat.

## 1.6. Metode Penelitian

### 1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Agar menunjang pencarian fakta dan pengumpulan data guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan kasus ini, diperlukan pemahaman bagaimana iklan tersebut nantinya dapat dijalankan. Untuk mengetahui bagaimana iklan tersebut berjalan, diperlukan beberapa metode untuk memperoleh data yang akurat dan menghasilkan video iklan yang lebih baik. Metode-metode tersebut antara lain :

1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berkepentingan yang merupakan narasumber untuk mendapatkan informasi.

2. Observasi

Observasi adalah metode yang sangat efektif digunakan, karena penulis melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan pengolahan data ditempat penelitian.

3. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan membaca buku untuk mendapatkan bahan tambahan yang bersifat teoritis dan *relevan* yang dapat menunjang laporan yang berkaitan dengan topik yang diambil serta pemecahan yang ada.

4. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari data-data arsip yang telah ada yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi.

### **1.6.2. Analis**

Dalam metode ini, penulis mengadakan pemeriksaan kebenaran data. Penulis juga membandingkan kekurangan dan kelebihan cara promosi lama dengan cara promosi yang baru.

### **1.6.3. Perancangan**

Dalam metode ini, penulis mulai membuat sebuah rancangan desain untuk membuat sebuah iklan televisi sebagai media promosi.

### **1.6.4. Produksi**

Dalam penelitian ini penulis melakukan dua tahap produksi yaitu tahap praproduksi yang meliputi tahap pembuatan storyboard dan pembuatan jadwal produksi. Tahap yang selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi editing dan penayangan.

### **1.6.5. Implementasi**

Merupakan tahap meletakkan sebuah iklan televisi untuk ditayangkan. Tahapan ini meliputi pengeditan video dan audio.

### **1.6.6. Pengujian**

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengujian dengan cara menayangkan iklan *Alive Fusion Dining* di stasiun televisi lokal RBTV.



## 1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi pada dasarnya untuk memudahkan pengertian tentang isi skripsi secara garis besar. Adapun penulisan tersebut dibagi dalam 5 bab sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan dan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II DASAR TEORI**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang digunakan oleh penulis sebagai dasar penelitian dan gambaran tentang perangkat lunak yang akan digunakan oleh penulis dalam menyusun iklan.

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

Dalam bab ini berisikan gambaran tentang *Alive Fusion Dining* yang meliputi sejarah berdiri, analisis yang digunakan yaitu SWOT, sistem yang akan dibangun meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan storyboard.

### **BAB IV IMPLEMENTASI IKLAN**

Dalam bab ini akan menjabarkan langkah-langkah pembuatan video mulai dari pengambilan gambar, editing, rendering sampai tahap akhir.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan, saran dari penelitian dan kelebihan dan kelemahan iklan.