

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi merupakan kebutuhan primer bagi setiap orang, ditandai dengan kian beragamnya jenis-jenis media informasi yang berkembang saat ini. Salah satu perkembangan dari informasi yaitu adalah iklan televisi. Perkembangan iklan televisi saat ini banyak ditemukan dengan menggunakan animasi. Animasi yang sering diterapkan pada iklan televisi adalah motion graphic. Motion graphic merupakan sekumpulan gambar, text yang di animasikan sehingga iklan tersebut terlihat lebih menarik. Kekuatan utama dari suatu iklan yaitu terletak pada bahasa, gambar serta penggarapan yang kreatif. Di dalam penggarapan sebuah iklan haruslah di garap secara cermat, karena pada dasarnya iklan berperan penting untuk memikat hati masyarakat untuk menyukai hal yang di iklankan tersebut. Pada dasarnya kegiatan promosi yang dilakukan melalui media iklan televisi memberikan daya tarik tersendiri bagi pemirsanya. Penyampaian informasi yang jelas dan menarik tentu akan berdampak baik pula kepada konsumennya yang berpeluang bagi produsen untuk menarik keuntungan.

Baleayu Timoho merupakan pusat dari Baleayu Resto yang ada di Yogyakarta. Datang dengan tagline citarasa masakan gurame, rumah makan yang pertama kali buka di jalan imogiri tersebut hingga kini masih mempertahankan menu utamanya ikan gurame dengan berbagai macam varian olahan. Dengan visi dan misi menjadikan restaurant yang terdepan dalam olahan ikan khususnya gurame. Upaya promosi yang dilakukan selama ini guna mendapatkan konsumen

bukanlah proses yang mudah. Penulis menemukan proses promosi melalui media sosial facebook, instagram serta poster, yang dilakukan Baleayu Resto selama ini terkesan kurang memperoleh hasil yang maksimal. Dengan adanya upaya promosi melalui media iklan televise ini diharapkan mampu memperluas peyebaran informasi mengenai Baleayu Resto.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat di simpulkan sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana membuat iklan Baleayu Resto sebagai media promosi pada Baleayu Timoho.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menjadi luas atau keluar dari konteks permasalahan, maka batasan masalah penelitian pada kasus ini yakni sebagai berikut :

1. Iklan ini dibuat untuk Baleayu Resto sebagai media promosi pada Baleayu Timoho berbentuk video.
2. Proses pengambilan gambar menggunakan kamera DSLR EOS 60D.
3. Iklan menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot*.

1.4 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah membuat iklan pada Baleayu Resto dengan teknik *motion graphic* dan *live shoot*.

Tujuan penelitian dari iklan ini adalah:

1. Meningkatkan jumlah pengunjung rumah makan Baleayu Resto.
2. Memperkenalkan tagline baru dari Baleayu Resto dari "Citra Rasa Masakan Gurame" menjadi "Guramenya Jogja".
3. Merancang sebuah iklan yang sesuai dengan kebutuhan Baleayu Resto.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Untuk Peneliti

1. Sebagai syarat kelulusan STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Mampu membuat iklan animasi *motion graphic* dengan kemampuan sendiri.
3. Mampu mengembangkan diri di bidang animasi dan desain.

1.5.2 Manfaat bagi Baleayu Resto

1. Sebagai media promosi untuk mengganti tagline dari "citra rasa masakan gurame menjadi "guramenya jogja".
2. Sebagai saran informasi Baleayu Resto agar lebih dikenal masyarakat khususnya di Yogyakarta.
3. Mengenalkan fasilitas dan jasa Baleayu Resto kepada para konsumennya.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode penelitian.

Beberapa metode penelitian tersebut antara lain :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Dalam melakukan metode ini, penulis mengamati secara langsung apa saja yang di lakukan *Baleayu Resto* untuk memberikan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan yang akan dibuat nantinya.

2. Metode Kepustakaan

Metode ini dilakukan untuk mencari dan melihat beberapa referensi teori baik itu melalui buku maupun internet yang berkaitan dengan iklan dan animasi *motion graphic*.

3. Metode wawancara

Dalam metode ini penulis langsung melakukan tanya-jawab kepada pihak yang terkait untuk mendapatkan informasi dan data yang kongkrit serta lengkap sebagai bahan analisa dari penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang akan diteliti, dalam hal ini penulis menggunakan analisis kebutuhan iklan.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahapan ini, merupakan bagaimana iklan tersebut dibentuk.

1. Pra-Produksi

Dalam tahapan ini berisikan tentang konsep dari iklan yang akan dibuat, meliputi scenario, sketsa dan storyboard.

2. Produksi

Dalam tahapan ini berisikan tentang proses pengambilan gambar serta design dari motion graphic itu sendiri.

3. Pasca Produksi

Pada tahapan ini berisikan tentang prosesi editing, pemberian suara, compositing serta proses redering.

1.6.4 Metode Testing

Metode testing yang dilakukan penulis terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan pada objek penelitian dan penayangan di stasiun televisi lokal di Yogyakarta.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini, meliputi: rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan diadakan penelitian, metodologi penelitian, sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka yang mendasari teori-teori yang berhubungan dengan topik penelitian, seperti motion graphic dan live shot serta di dalam bab ini juga dibahas tentang software-software pendukung dalam pembuatan skripsi ini

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini membahas secara singkat tentang profile, visi dan misi dari Baleayu Resto serta memaparkan tentang analisis yang digunakan berdasarkan masalah yang ada. Serta perancangan dalam pembuatan iklan Baleayu Resto (pra-produksi).

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini akan membahas tentang proses produksi dan pasca-produksi. Dimana didalam proses produksi membahas tentang proses pembuatan iklan, mulai dari pengambilan gambar serta pembuatan design dari motion graphic dan pasca-produksi ialah proses dimana dilakukannya editing serta pemberian efek animasi pada iklan dan juga merupakan proses akhir meliputi, compositing dan rendering.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan serta saran agar penelitian bisa berkembang lebih baik lagi.