

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Periklanan merupakan salah satu kegiatan promosi yang banyak dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan diferensiasi produknya kepada konsumen melalui suatu media. Komunikasi ini dilakukan agar konsumen menyadari dan mengetahui keunikan dan keunggulan produk sehingga produk menempati posisi yang berarti dan berbeda di benak konsumen. Iklan dapat mengkomunikasikan produknya melalui beberapa media, yaitu : majalah, tabloid, radio, surat kabar, spanduk, selebaran dan televisi.

OMKARA Resort mempunyai iklan yang masih menggunakan brosur, media sosial dan website yang ternyata belum efektif karena brosur dan website hanya dilihat oleh kalangan tertentu. Jadi OMKARA Resort memilih cara yang lebih efektif untuk mempromosikan dengan memanfaatkan media iklan video televisi. Melihat dari permasalahan kebutuhan promosi, OMKARA Resort meminta kepada peneliti untuk menambahkan jumlah promosi iklan berbasis video yang menggunakan teknik *motion graphic* dan *liveshoot*.

Konsep privat pedesaan yang ramah dan hijau digunakan untuk merujuk layanan yang disediakan oleh OMKARA Resort untuk menunjukkan keunggulan Resort untuk para tamu yang berkeinginan untuk melarikan diri dari keramaian

bisingnya kehidupan dikota Yogyakarta sehingga bisa kembali bersentuhan dengan alam khas Jogja. Terletak di pedesaan yang sangat privat untuk keluarga dan semua *friendlines*, budaya dan keunikan OMKARA Resort tidak hanya resort yang ramah tetapi juga Go Green sebagai suasana yang berada didalamnya.

Dari konsep OMKARA Resort peneliti akan membuat iklan berbasis video dengan menggabungkan konsep Resort itu sendiri dengan konsep iklan dengan teknik *liveshoot* dan *motion graphic*, dan kemudian iklan video akan ditayangkan di stasiun televisi lokal sehingga banyak masyarakat yang tahu dan marketing OMKARA Resort sudah efektif dan pendapatan OMKARA Resort meningkat dari sebelumnya.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Latar belakang masalah diatas, dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu Bagaimana membuat iklan televisi OMKARA Resort dengan *liveshoot* dan *motion graphic* ?

### **1.3 Batasan Masalah**

Pembuatan iklan televisi OMKARA Resort ini, peneliti memberi batasan dengan jelas pada tiap prosesnya, yaitu:

1. Ruang lingkup penelitian di OMKARA Resort yang berlokasi di Dusun Ngepas Donoharjo Ngaglik, Sleman, Yogyakarta.
2. Iklan ini hanya akan menampilkan informasi yang berhubungan dengan keberadaan OMKARA Resort yang meliputi lokasi, fasilitas yang ada dengan menggunakan teknik *liveshoot* dan *motion graphic*.
3. Tidak membahas marketing pemasaran.
4. Pembuatan iklan ini menggunakan software video editing Adobe Photoshop CC, Adobe After Effect CC, Adobe Audition CC Adobe Premiere Pro CC, CINEMA 4D.
5. Proses perekaman atau pengambilan gambar akan memakai kamera DSLR tipe CANON EOS 60D + FIX100mm f 2,8 dan menggunakan teknik *Liveshoot*
6. Durasi video 1 menit , target pemasaran adalah Televisi lokal / nasional.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

1. Membuat perancangan iklan televisi dengan menggabungkan *liveshoot* dan *motion graphic* sehingga menjadi iklan OMKARA Resort di Yogyakarta.
2. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan Strata 1 pada STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
3. Dapat mengembangkan teori-teori yang telah di dapat selama mengikuti perkuliahan di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti mengembangkan ilmu yang diperoleh selama masa study sehingga peneliti tidak hanya menguasai secara teori namun juga bisa mengaplikasikan dalam dunia nyata.
2. Bagi OMKARA Resort, video iklan yang telah selesai dibuat sebagai media promosi, yang dapat membantu dalam publikasi kepada masyarakat.
3. Bagi animator bisa menjadi bahan referensi dalam bidang Multimedia, khususnya pembuatan iklan dengan teknik *liveshoot* dan *motion graphic*.

### 1.6 Metode Penelitian

#### 1. Metode Pengumpulan Data

##### a. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung yaitu mengambil data dari OMKARA Resort Yogyakarta dan Survei pada objek penelitiannya, partisipasi dan melakukan wawancara dengan pihak OMKARA Resort Yogyakarta. Diluar penelitian adalah penelitian arsip dan studi pustaka.

##### b. Metode Interview

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak Omkara Resort yang berguna untuk mengetahui sejauh mana permasalahan yang ada di objek penelitian .

### c. Metode Kepustakaan

Media informasi melalui buku-buku, internet dan dipelajari sehubungan dengan masalah yang dihadapi.

### 2. Metode Analisis (Metode Pengolahan Data)

Metode pengolahan data yang dipakai pada “OMKARA Resort “ ini lebih tepatnya menggunakan analisis SWOT , SWOT merupakan singkatan dari Strength (S), Weakness (W), Opportunities (O), dan Threats (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman kendala, dimana yang secara sistematis dapat membantu mengidentifikasi factor luar (O , T) dan factor didalam (S, W).

### 3. Metode Perancangan

Perancangan iklan ini di utamakan tampilan dengan tema Resort itu sendiri dan dengan kombinasi *motion graphic* yang akan menjelaskan gambar - gambar yang ditampilkan dan tentunya merancang storyboard digunakan untuk mempermudah dalam merancang iklan, perancangan itu sendiri meliputi perancangan Storyboard, Shooting, Mengedit video, Merender.

#### 4. Metode Pengembangan

Pembuatan iklan televisi OMKARA Resort ini, penulis memiliki beberapa tahapan pengembangan yaitu :

1. Produksi, meliputi analisa data, *storyboard*, pengambilan suara, ilustrasi music editing animasi dan *finishing*.
2. Pasca produksi meliputi revisi, *mastering* dan *packing*.

#### 5. Metode Implementasi

Tahap implementasi yang dilakukan meliputi proses pengambilan video, rencana kegiatan shooting, pengambilan gambar, perekaman suara ( Dubbing ), capturing, editing video, importing file, rendering, desain tampilan Video, dan penayangan di stasiun televisi yang digunakan.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini penulis susun dengan format sebagai berikut :

#### BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan tentang : latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan

penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan dan tahapan pelaksanaan kegiatan.

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini merupakan tinjauan pustaka yang menguraikan teori-teori mengenai dunia periklanan televisi serta perangkat lunak yang digunakan dalam proses pembuatan iklan.

## **BAB III : PERANCANGAN**

Bab ini menguraikan mengenai tinjauan umum dari objek, dan perancangan iklan (tahap paska produksi).

## **BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tahap produksi, tahap paska produksi, dan pembahasan mengenai iklan yang telah dibuat.

## **BAB V : PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang dapat diberikan dari laporan tugas akhir ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**