

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Zianturi adalah usaha yang bergerak di bidang pengrajin gitar. Nama Zianturi sendiri diambil dari bahasa Arab-Javanese, yang berarti abadi atau lancar. Zianturi beralamatkan di Jl. Tasura no8 Pugeran, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta, 55282 RT 11/RW 10. Berdiri sejak tahun 1994 hingga saat ini, sekitar 20 tahun.

Seiring berjalannya waktu menurut pengakuan dari sang pemilik Zianturi akhir ini banyak mengalami penurunan terhadap permintaan, masalah ini timbul karena kurangnya publikasi yang tertuju terhadap konsumen. Melihat banyaknya persaingan yang bergerak di bidang usaha yang sama, maka Zianturi memiliki inovasi untuk mengenalkan produk dari mereka dengan menggunakan penyampaian informasi yaitu menggunakan media televisi atau iklan televisi. Dalam pembuatan iklan televisi untuk memasarkan produk Zianturi akan dikembangkan dengan menerapkan sebuah teknik Time Lapse dan Visual Effect.

Time Lapse adalah sekumpulan foto yang diambil dengan periode yang beraturan untuk menggambarkan proses, pergerakan, atau perubahan suatu objek, lalu diproses editing dengan menambah kecepatan (*speed duration*) (<http://nationalgeographic.co.id>:diakses pada tanggal 13Maret2014).

Sedangkan pengertian Visual Effect dalam visualisasi lebih menekankan pada kreativitas agar dapat menghasilkan efek-efek visual tertentu atau bahkan mungkin lain daripada yang lain (<http://duniaiman.wordpress.com>: diakses pada tanggal 13 maret 2014).

Berdasarkan permintaan pemilik Zianturi maka iklan televisi dengan menerapkan teknik Time Lapse dan Visual Effect yang diharapkan membantu dalam memasarkan produk dari Zianturi, maka judul penelitian ini **"Penerapan Teknik Time Lapse dan Visual Effect dalam Pembuatan Iklan untuk Produk Zianturi"**.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat di uraikan rumusan masalah yang akan menjadi pokok bahasan penelitian yaitu :

1. Bagaimana merancang iklan televisi dalam penerapan teknik Time Lapse dan Visual Effect pada produk Zianturi ?

### **1.3. Batasan Masalah**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka batasan masalah yang di lampirkan dalam skripsi ini yaitu :

1. Iklan ini berupa iklan live shoot dan berdurasi 30 detik.
2. Peneliti menawarkan teknik yang diterapkan dalam pembuatan iklan televisi dan memproduksi iklan serta ikut dalam mendistribusikannya.
3. Penggunaan Operating System Magic Latern pada Camera Cannon yang digunakan pada pengambilan gambar Time Lapse.

4. Teknik editing dilakukan dengan menggunakan software adobe premier pro dan after effect untuk memberikan effect khusus atau visual effect.
5. Tidak membahas software selain Adobe premier pro dan adobe after effect.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan skripsi ini telah dijabarkan menjadi 4 tujuan yaitu sebagai berikut :

1. Membuat sebuah iklan untuk branding pengrajin gitar zianturi dengan penerapan teknik Visual Effect (*Lens Flare*) dan teknik Time Lapse.
2. Untuk memperkenalkan secara fisik dari produk Zianturi.
3. Dapat Membantu Produk Zianturi dalam memasarkan karya gitarnya guna menyampaikan informasi dan kepercayaan kepada konsumen.
4. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata I Sistem Informasi Pada STMIK Amikom Yogyakarta.

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

Manfaat dari iklan ini yaitu meminimalisasikan biaya promosi, menghemat waktu dan tenaga.

## 1.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan data, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

### 1.6.1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara datang langsung kepada obyek yaitu ke Zianturi untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

### 1.6.2. Metode Wawancara (Interview)

1. Wawancara dilakukan langsung ke Zianturi dengan memawancarai Bapak Sri Hadi Waluyo selaku *Owner* atau pemilik.
2. Wawancara dilakukan kepada 12 orang konsumen pengguna gitar .

## 1.7. Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti dalam penyajian laporan penulis menggunakan sistematika penulis sebagai berikut :

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, batasan masalah ini, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

### BAB II DASAR TEORI

Bab ini menjelaskan tentang pengertian multimedia, pengertian iklan, elemen iklan, tahapan pembuatan iklan, pengertian Time Lapse dan Visual Effect, dan perangkat lunak yang digunakan.

### BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan, ide cerita, naskah, dan *storyboard* pada Penerapan Teknik Time Lapse dan Vissual Effect pada iklan televisi untuk produk Zianturi.

#### BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses produksi iklan yang meliputi pengambilan gambar video, proses editing, perekam suara, penggabungan audio video sampai proses finishing.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang sifatnya membangun dari pembahasan yang ada pada penyusunan skripsi.

#### DAFTAR PUSTAKA

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