

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini dilakukan karena ditemukannya permasalahan yang ada pada perusahaan RACHMA Furniture terutama pada bagian periklanan. Disamping harga dan kualitas sangat mempengaruhi persaingan di dunia industri furniture. Tidak ketinggalan persaingan menggunakan media promosi juga diterapkan untuk menarik minat masyarakat. Kali ini penulis akan membuat sebuah iklan televisi untuk RACHMA Furniture dengan menggunakan animasi 3D sebagai media promosi.

Penulis menggunakan animasi 3D karena animasi yang banyak digunakan saat ini adalah animasi 3D contohnya iklan Nutrisari yang menggunakan campuran *live shoot* dengan animasi 3D, iklan Molto Ultra yang menggunakan full animasi 3D dimana terdapat karakter yang menjadi tokoh dalam iklan tersebut.

Penulis menggunakan animasi 3D untuk menggambarkan keunikan dari berbagai macam produk furniture yang telah diciptakan oleh RACHMA Furniture. Dengan memanfaatkan teknologi komputer penulis bisa membuat sebuah iklan televisi dalam bentuk animasi 3D yang dapat menarik minat masyarakat agar mempercayakan segala kebutuhan furniturnya pada RACHMA Furniture.

Oleh karena itu, penulis dalam membuat skripsi ini mengangkat tema animasi 3D dalam pembuatan iklan perusahaan RACHMA furniture dengan

mengambil judul skripsi **“Pembuatan Iklan Komersial TV Berbasis Animasi 3D sebagai Media Promosi pada Perusahaan RACHMA Furniture”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka dapat diambil pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana memproduksi iklan sebagai media promosi untuk RACHMA Furniture menggunakan animasi 3D ?
2. Bagaimana membuat iklan RACHMA Furniture yang dapat menyampaikan informasi ke masyarakat ?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan masalah yang diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Iklan RACHMA Furniture berdurasi 30 detik.
2. Iklan RACHMA Furniture dibuat dengan animasi 3D.
3. Iklan RACHMA Furniture akan ditayangkan pada siaran TV lokal (AdiTV).
4. Penggunaan *software* 3D Studio Max untuk *modeling* animasi.
5. Penggunaan *software* Adobe After Effect untuk memberikan efek *video* dan *final rendering*.
6. Adapun *software* lain yang digunakan untuk *editing* iklan tersebut adalah Lumion Pro 2.5, Adobe Photoshop dan Adobe Audition

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini secara garis besar adalah:

1. Mempromosikan RACHMA Furniture agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas, sehingga diharapkan RACHMA Furniture memiliki banyak konsumen.
2. Meningkatkan daya saing perusahaan RACHMA Furniture.
3. Bagi RACHMA Furniture dapat digunakan sebagai sarana pendukung untuk memperkenalkan RACHMA Furniture kepada konsumen.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan, maka diperlukan metode yang efektif dalam pembuatan iklan ini. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1.5.1.1 Metode Studi Pustaka

Metode mengumpulkan data dan referensi dengan mengacu pada buku-buku pedoman *literature* atau informasi di internet yang akan digunakan untuk mendapatkan kajian teoritis sebagai dasar teori di dalam melakukan analisis pembuatan iklan.

1.5.1.2 Metode Observasi

Yaitu pengamatan langsung di tempat penelitian terhadap objek yang akan dijadikan sumber data penelitian yang digunakan penulis dengan

mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penulisan laporan skripsi.

1.5.1.3 Metode Wawancara

Yaitu mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pemilik perusahaan *furniture* RACHMA *Furniture* yang terkait dengan permasalahan dari objek penelitian untuk mendapatkan informasi yang akurat.

1.5.1.4 Metode Analisis

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode analisis PIECES. Penjelasan tentang analisis PIECES akan di bahas di bab selanjutnya.

1.5.2 Metode Perancangan

Dalam pembuatan sebuah iklan terdapat tahapan-tahapan dalam proses pembuatannya antara lain: Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi. Dalam metode perancangan terdapat tahap Pra Produksi antara lain

a. Brainstorming

Suatu bentuk diskusi dalam rangka menghimpun gagasan, pendapat, informasi, pengetahuan dan pengalaman sehingga menghasilkan ide-ide kreatif.

b. Storyline

Jalan cerita rencana iklan televise dalam bentuk tulisan.

c. Storyboard

Storyboard digunakan untuk mendeskripsikan rangkaian peristiwa yang akan direkam dalam video. Deskripsi rangkaian peristiwa tersebut akan dituangkan ke dalam gambar-gambar sket ataupun foto untuk melihat apakah rangkaian peristiwa tersebut sudah sesuai dengan plot cerita dari video tersebut. Selain itu storyboard juga digunakan untuk memberikan gambaran tentang video yang akan diproduksi dan melihat kesinambungan alur cerita yang akan direkam. Penggambaran dalam storyboard ini tidak dilakukan secara detail akan tetapi lebih ke gambaran umum tentang peristiwa yang akan direkam.

1.5.3 Metode Pengembangan

Sedangkan di dalam metode pengembangan terdapat tahapan Produksi dan Pasca Produksi, antara lain:

1. Produksi, meliputi :
 - a. Modelling 3D Furniture.
 - b. Pembuatan background dan *environment*.
 - c. Memberikan material pada karakter, background dan *environment*.
 - d. Perancangan tata letak gambar.
 - e. Pembuatan animasi.
 - f. Pembuatan logo dan text.
2. Pasca Produksi, meliputi :
 - a. Compositing, menggabungkan elemen – elemen dalam satu media.
 - b. *Recording* dan *mixing sound*.
 - c. Editing, menyunting materi sesuai dengan storyboard.

d. Final Rendering.

1.5.4 Metode Testing

Untuk metode testing sendiri, untuk periklanan televisi sudah memiliki kriteria agar iklan yang dibuat bisa ditayangkan. Iklan yang akan ditayangkan di AdiTV menggunakan format video AVI (.avi).

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan skripsi ini penulis menyusun dan membagi ke dalam 5 bab, masing-masing bab akan dirincikan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab landasan teori menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail berupa definisi atau model matematis yang langsung berkaitan dengan masalah yang diteliti.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran objek penelitian, analisis semua permasalahan yang ada, dimana masalah-masalah yang muncul akan diselesaikan melalui penelitian. Pada bab ini juga dilaporkan secara detail rancangan terhadap mekanisme dan perancangan yang dilakukan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, dipaparkan hasil-hasil dari tahapan penelitian dimulai dari tahap analisis, desain, hasil testing dan implementasinya, berupa penjelasan secara kuantitatif, kualitatif maupun statistik.

BAB V. PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran dikemukakan kembali tentang masalah penelitian dan hasil dari penyelesaian masalah apakah hasil yang didapat layak untuk diimplementasikan/digunakan.

