

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Informasi dapat dengan mudah di dapat dari berbagai media, semua itu bertujuan untuk memudahkan kegiatan manusia. Yang sangat mencolok adalah di bidang penyampaian informasi dan periklanan. Baik periklanan televisi, film, video clip, ataupun media digital lain saat ini banyak menampilkan unsur multimedia. Bagi sebuah perusahaan, memperkenalkan dan memasarkan sebuah produk yang ingin di tawarkan adalah hal yang sangat penting. Seorang produsen tentu selalu menginginkan produknya dapat diterima masyarakat secara luas. Agar produksinya sampai ke konsumen maka diperlukan informasi yang jelas melalui media periklanan. Kejelasan informasi pada segmen pasar terhadap produk yang diiklankan akan menghasilkan tanggapan positif dari konsumen yang akan memberikan keuntungan bagi produsen.

Iklan animasi merupakan sebuah media yang sangat membantu produsen dalam memasarkan sebuah produk, dengan media ini produsen dapat memasarkan produknya dengan jangkauan yang luas. Perancangan iklan televise yang menggunakan unsur animasi, greenscreen, dan motion tracking, kemudian memadukan beberapa unsur multimedia yaitu gambar dan audio yang akan di olah menggunakan software tertentu, sehingga sebuah produk akan lebih menarik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan kedai steak saat ini masih menggunakan media promosi sosial media seperti facebook dan twitter. Media ini dirasa masih minim dan cakupannya kurang luas. Dengan adanya media iklan berbasis multimedia ini diharapkan penyebaran informasi tentang Kedai Steak Yogyakarta dapat lebih efektif dan efisien. Dari masalah tersebut maka penulis akan mengimplementasikan animasi serta di tunjang dengan greenscreen dan motion tracking dalam merancang iklan televisi untuk Kedai Steak Yogyakarta yang diharapkan dapat membantu kegiatan promosi dan publikasi sehingga menarik konsumen untuk berkunjung dan menikmati suasana yang ada di Kedai Steak Yogyakarta. Teknik animasi, greenscreen dan motion tracking adalah inti dari skripsi yang penulis ambil, yaitu Perancangan Dan Pembuatan Iklan Televisi Kedai Steak Yogyakarta Sebagai Media Promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat sebuah iklan televisi lokal sebagai penunjang media promosi pada kedai steak di Yogyakarta ?

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. Iklan ini dibuat untuk Kedai Steak di Yogyakarta sebagai media promosi dalam bentuk video dengan durasi 30 detik yang akan ditayangkan pada televisi lokal Yogyakarta (Jogja TV)

2. Hardware yang digunakan : kamera video, lampu studio, light stand, green screen, tripod, Skateboard Dolly.

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan mengolah seluruh data-data yang telah didapatkan baik data visual maupun data verbal menjadi suatu rancangan desain, dalam hal ini desain iklan televisi mengenai promosi kedai steak yang akan ditayangkan dilayar televisi yang berada di kota Yogyakarta untuk memperoleh bentuk komunikasi visual yang efektif dan dapat dipahami oleh masyarakat pada umumnya, sehingga dengan adanya informasi yang jelas dan menarik pada iklan ini dapat memberikan pengaruh agar tertarik untuk berkunjung dan menikmati berbagai macam menu.

1.5 Manfaat Penelitian

Iklan komersial adalah iklan yang sifatnya untuk mendapatkan keuntungan dari produk atau jasa. Iklan komersial secara garis besar merupakan bentuk karya yang berisi gagasan-gagasan, ide-ide yang bersifat *persuasive*. Iklan dibuat salah satunya untuk mengenalkan produk atau jasa memberikan informasi dan citra yang baik sehingga khalayak mengerti keberadaannya.

Manfaat dari adanya informasi yang lengkap dan cukup mengenai dapat menimbulkan sikap dan menjadi salah satu pendorong khalayak sasaran untuk memilih. Karena kaitannya dengan promosi kedai steak maka diharapkan dengan adanya perancangan iklan berupa promosi kedai steak yang digambarkan dengan *visual effect* akan menarik minat khalayak sasaran.

a. Bagi Calon Konsumen

Agar calon konsumen lebih banyak memiliki *alternatif* dalam memilih tempat makan.

b. Bagi Kedai Steak

1. Iklan komersial ini dapat menambah jumlah pelanggan baru di kedai steak.
2. Membawa citra yang baik untuk kedai steak.

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 Kearsipan

Metode kearsipan 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 keabsahan 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.

1.7 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan skripsi pada dasarnya untuk memudahkan pengertian tentang isi skripsi secara garis besar. Adapun penulis 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 LANDASAN 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 penyusunan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini berisikan gambaran tentang Kedai Steak yang meliputi sejarah berdiri, analisis yang digunakan yaitu SWOT, sistem yang akan dibangun meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan storyboard

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUPAN

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

LAMPIRAN

Berisi tentang atau data yang di butuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasan.