

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Iklan merupakan media promosi barang, jasa, perusahaan dan ide yang harus dibayar oleh sebuah sponsor. Pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi secara keseluruhan.

Lambat laun seiring perkembangan zaman iklan makin berkembang terutama pada abad ke-17 tepatnya di dataran eropa. Ada beberapa media iklan sering ditemui seperti Televisi, Media cetak, Radio, Media outdoor atau Indoor, dan juga Internet. (Derry Iswidharmanjaya – *Digital Imaging*)

Pop up merupakan buku yang memiliki tiga dimensi dan bergerak, meskipun buku bergerak istilah *pop up* juga mencakup transformasi, flaps, full-tab, full-down dan masih banyak lagi dan masing – masing dilakukan dengan cara yang berbeda – beda (*Ann Montanaro - A Concise History of Pop-up and Movable Books*). Sedangkan iklan secara umum diartikan sebagai berita untuk mendorong, membujuk agar tertarik pada produk ataupun jasa yang ditawarkan. Disini penulis menggunakan iklan media elektronik untuk memperkenalkan Loempia Boom. Pada pembuatan iklan Loempia Boom, teknik *pop up* yang dasarnya dari salah satu seni lipat kertas akan diterapkan penulis ke dalam bentuk digital dengan software Adobe After Effect. Dikarenakan masih minimnya penggunaan teknik *pop up* ke dalam video iklan.

Dari masalah tersebut maka penelitian ini akan mengimplementasikan *Pop Up* dalam merancang video iklan untuk Loempia Boom yang diharapkan bisa menjadi salah satu alternative teknik dalam pembuatan video iklan yang lain nantinya.

1.2. Rumusan Masalah

Setelah mengkaji latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut "Bagaimana membuat video iklan untuk Loempia Boom dengan mengimplementasikan teknik *pop up*?".

1.3. Batasan Masalah

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

1. Hasil implemementasi teknik *pop up* ini akan berbentuk iklan video berdurasi 30 detik.
2. Software pembuatnya menggunakan Adobe Premiere, Adobe After Effect dan Coreldraw.
3. Pembahasan hanya pada tahap pasca produksi saja yang mengulas tentang penerapan dan pengerjaan teknik *pop up*.
4. Penulis hanya membahas pada teknik dan tidak membahas pada dampak pembuatan iklan tersebut.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengimplementasikan teknik Pop Up dengan software Adobe After Effect pada iklan video Loempia Boom yang diharapkan dapat menampilkan sebuah iklan yang lebih menarik.
2. Sebagai penerapan pengembangan ilmu yang didapat dalam perkuliahan selama masa studi di STMIK Amikom Yogyakarta.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Diploma 3 Teknik Informatika Pada STMIK Amikom Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi penulis :

Bisa mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapat selama masa studi di STMIK Amikom Yogyakarta pada jurusan Teknik Informatika dan dapat menerapkannya di dunia kerja.

2. Manfaat bagi perusahaan :

Memiliki sebuah video iklan yang nantinya bisa dipergunakan untuk mempromosikan produk perusahaan tersebut lebih luas melalui media elektronik

3. Manfaat bagi pengembang :

Mempunyai video yang nantinya akan digunakan untuk sebuah pembandingan dengan video lain untuk tujuan pengembangan dan juga pembelajaran

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi tentang obyek permasalahan dari penelitian adalah :

1. Metode Pengumpulan data:

a. Observasi

Yaitu merupakan suatu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mempelajari sistem, dengan cara mengamati langsung objek penelitian.

b. Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung mengenai perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas

c. Studi Literatur

Yaitu teknik pengumpulan data dengan membaca buku-buku pustaka yang merupakan penunjang dalam memperoleh data untuk melengkapi dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

2. Metode Perancangan Iklan

a. Brainstorming

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

b. Naskah Cerita

Jalan cerita rencana video iklan dalam bentuk tulisan

c. Storyboard

Jalan rencana video iklan dalam bentuk gambar

d. Shooting

Pengambilan gambar yang sesuai dengan konsep *storyboard*. Hal utama yang perlu menjadi catatan dalam proses syuting adalah kesesuaian antara frame di *storyboard*.

e. Editing

Proses pemilihan gambar yang paling sesuai dengan *storyboard* dan penambahan efek-efek visual serta *pop up*.

f. Produksi

Proses ini merupakan tahap yang telah dilakukan sebelumnya. Memproduksi sistem multimedia dibagi dalam 3 tahap yaitu pra produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.

1.7. Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai pengertian iklan, jenis iklan, pengertian *pop up*, tahapan pembuatan iklan serta perangkat lunak yang digunakan.

BAB III TINJAUAN UMUM

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan umum, sejarah, visi misi, dan menu pada *Loempia Boom*

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan Iklan *VideoLoempia Boom*.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan tugas akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN