

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi sangat mempengaruhi tata cara hidup atau sebuah aturan dan sistem tertentu. Kebutuhan akan sistem informasi yang akurat dan berkualitas sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang. Periklanan dalam media televisi bagi sebuah intisari yang bergerak dalam bidang arena hiburan yang lebih tepat, cepat dan informatif sangat diperlukan.

Perkembangan teknologi tentunya sangat tepat jika pada sebuah periklanan menggunakan media yang lebih komunikatif untuk mempromosikan suatu produk baik jasa maupun barang. Periklanan televisi adalah yang lebih komunikatif, karena pada sebuah iklan televisi menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar dan text.

Sebuah tempat bermain "Spartan Paint Ball Zone" yang dituntut untuk memperluas wilayah promosi. Melihat dari pemasukan setiap bulan atau setiap periodenya "Spartan Paint Ball Zone" ingin mengiklankan arena bermain ini di media televisi. Karena media televisi dinilai akan memberikan kesan yang lebih nyata bagaimana serunya saat bermain paint ball dibandingkan dengan iklan dalam bentuk baliho atau selebaran. Ditambah lagi dengan rasa penasaran para penonton apabila belum pernah mencoba.

Melihat adanya beberapa permasalahan di atas penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentang Analisis Dan Perancangan Iklan Televisi pada

Spartan Paint Ball Zone untuk media promosi dan menunjukkan kepada pembaca untuk memahami Depth Of Field pada pembuatan iklan ini serta berupaya semaksimal mungkin untuk membuat sebuah iklan televisi dengan menggunakan teknik liveness dan stop motion, Adobe Premier CS5, Adobe After Effect CS5, Adobe Sound Booth CS5 sebagai penunjang dan nikon D5100 sebagai media perekam, yang diharapkan Spartan Paint Ball Zone lebih banyak dikunjungi serta dikenal di kalangan masyarakat luas pada umumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka yang menjadi masalah utama yang dihadapi oleh Spartan Paint Ball Zone dalam melakukan promosi, khususnya dalam periklanan menggunakan televisi.

Karena cara peiklanan yang kurang efisien maka yang menjadai rumusan masalah adalah “bagaimana cara merancang iklan televisi yang menggunakan kombinasi tehnik Liveshoot, animasi stop motion (atau dengan proses Depth Of Field)”.

1.3 Batasan Masalah

- Obyek penelitian :

Spartan Paint Ball Zone

- Sistem yang akan dibuat :

Iklan video yang berjudul Spartan Paint Ball Zone

- Software yang digunakan :

Adobe Premier Pro CS5, Adobe After Effect CS5, Adobe Sound Booth

CS5

- Metode analisis yang digunakan :

Analisi SWOT

- Teknik yang digunakan :

1. Liveshoot : merekam keadaan asli dari objek yang dituju.
2. Stop Motion : menggabungkan beberapa foto dan dijadikan satu dalam bentuk video.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Menambah wawasan dan pembendaharaan ilmu pengetahuan dalam teknologi informasi dan multimedia.
2. Membuat iklan video yang berjudul Spartan Paint Ball Zone dan menggunakan video klip ini untuk media promosi.
3. Memberikan pengetahuan kepada pembaca untuk memahami Depth Of Field pada pembuatan iklan.
4. Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh selama kuliah di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
5. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Sistem Informatika di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

5.1 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode penelitian yang digunakan didalam laporan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Studi Literatur : Metode pengumpulan data dengan menggunakan literatur yang dapat dipakai seperti memanfaatkan fasilitas internet yaitu

dengan mengunjungi situs-situs web yang berhubungan dengan dunia pembuatan iklan maupun mencari sumber menggunakan buku atau ebook. Koleksi buku Alfabeta guna mencari data : Sejarah Multimedia, Pengertian Multimedia dan Elemen Multimedia.

2. Metode Wawancara : Metode yang digunakan untuk memperoleh penjelasan dari pengurus Spartan Paint Ball Zone sebagai berikut :
 - Pendapat Spartan paint Ball Zone selama satu tahun terakhir.
 - Tingkat kesulitan Spartan Paint Ball Zone dalam bidang promosi.
 - Sejarah berdirinya Spartan Paint Ball Zone.
3. Metode Observasi : Melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap iklan lain dengan cara melihat dan mengamati iklan yang ada di televisi untuk perbandingan dengan iklan yang akan dibuat.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT yang terdiri dari 4 faktor, yaitu :

1. Strengths (kekuatan)

Situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini.

2. Weakness (kelemahan)

Situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan dari organisasi atau program saat ini.

3. Opportunites (peluang)

Situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi di masa depan.

4. Threats (ancaman)

Situasi yang merupakan ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat menganam eksistensi organisasi di masa depan.

1.5.3 Metode Perancangan

Kegiatan yang akan dilakukan dalam metode perancangan ini meliputi :

1. Merancang konsep yang akan diterapkan dalam tema atau judul iklan Spartan Paint Ball Zone sebagai media promosi.
2. Membuat atau menggambar diagram scene jalan cerita dari iklan Spartan Paint Ball Zone.
3. Melakukan take atau pengambilan gambar yang telah digambarkan dalam diagram scene.
4. Melakukan editing dari proses take atau pengambilan gambar tersebut.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan ini akan dilakukan pengembangan dari segi periklanan yang awalnya hanya mengandalkan dari media cetak dan online menjadi iklan dalam bentuk video sebagai media promosi.

1.5.5 Metode Testing

Metode testing penguji akan menguji iklan yang telah dibuat ini sesuai dengan diagram scene yang telah dibuat sebelumnya sebagai tema dan konsep yang diangkat.

1.5.6 Metode Implementasi

Implementasi yaitu bagaimana iklan ini akan ditayangkan di televisi lokal serta akan melakukan promosi menggunakan media online dan sosial media seperti youtube, facebook, dan twitter.

1.5.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan ini sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan dan perancangan kegiatan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka dan dasar teori konsep dasar multimedia, serta software yang digunakan.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menerangkan tentang profil Spartan Paint Ball Zone, merancang isi yang meliputi analisis SWOT, perancangan anggaran, rangkaian pra produksi iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini tentang merancang produksi dan pasca produksi, serta pembahasan proses pasca produksi dan hasil akhir.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan dari pembuatan skripsi yang didalamnya terdapat kesimpulan penelitian serta saran yang diberikan oleh penulis.