

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan persaingan adalah dengan menggunakan multimedia dalam menyampaikan informasi perusahaan kepada masyarakat luas. Multimedia memiliki peranan penting dalam persaingan perusahaan. Kelebihan multimedia adalah menarik indera dan menarik minat, karena merupakan gabungan dari banyak media seperti gambar, suara, dan text, sehingga dengan multimedia perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai perusahaan dengan baik.

Video iklan merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari multimedia. Video iklan yang disampaikan melalui media televisi, produk atau jasa dapat lebih mudah dikenalkan kepada masyarakat luas karena televisi dapat menjangkau wilayah yang luas dengan waktu singkat. Dalam video iklan, teknik *motion graphic* menjadi elemen penting yang harus ada. Elemen-elemen grafis yang dapat berupa teks atau image yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut.

Saat ini, pemerintah sedang merancang peraturan dimana nantinya setiap perusahaan yang melakukan kegiatan pertambangan harus memperbaiki lahan bekas tambang agar kembali produktif lagi. PT.INDMIRA sebagai perusahaan produsen bahan-bahan perbaikan ekosistem yang mempunyai lembaga riset dan

pengembangan teknologi sangat diuntungkan dengan adanya peraturan pemerintah tersebut karena salah satu jasa PT.INDMIRA adalah perbaikan lahan. Namun saat ini media penyampaian informasi tentang jasa yang ditawarkan PT.INDMIRA masih sebatas pada media cetak berupa flyer.

Melihat latar belakang diatas, mendorong penulis untuk membuat sebuah media promosi berupa video iklan televisi agar dapat membantu PT.INDMIRA untuk menyampaikan informasi perusahaan dan membangun citra perusahaan dalam rangka menyambut baik peraturan pemerintah mengenai pertambangan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah "Bagaimana pembuatan TVC (*Television Commercial*) untuk PT.INDMIRA Yogyakarta dengan Teknik *Motion Graphic*?"

1.3 Batasan Masalah

Pembuatan sebuah iklan televisi sangat kompleks dengan melibatkan banyak elemen di dalamnya. Sehingga penulis menetapkan batasan-batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Penelitian ini dibuat dengan penerapan teknik *motion graphic*.
2. Video iklan ini berisi tentang jasa perbaikan lahan yang dilakukan oleh PT.INDMIRA.
3. Hasil implementasi akan berbentuk iklan televisi berdurasi 30 detik.

4. Menggunakan format *file* video .mp4 dengan kualitas Full HD 1080p dengan resolusi 1920x1080p
5. Penelitian ini dilakukan hanya sampai uji coba iklan kepada pihak PT.INDMIRA dan penayangan video iklan satu kali di televisi lokal RBTV oleh pihak peneliti.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah:

1. Memperkenalkan PT.INDMIRA kepada masyarakat luas melalui video iklan.
2. Menarik *audience* agar membuka website PT.INDMIRA sehingga *audience* mendapatkan lebih banyak informasi tentang PT.INDMIRA.
3. Membuat video iklan untuk PT.INDMIRA sebagai media informasi mengenai data jumlah lahan pertambangan dan lahan yang rusak akibat dari proses kegiatan pertambangan.

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat video iklan untuk PT.INDMIRA Yogyakarta menggunakan teknik *motion graphic*.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut.

1. Metode Wawancara

Peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan direktur PT.INDMIRA dan bagian-bagian terkait untuk mendapatkan data yang akurat.

2. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi pustaka yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku atau situs *website* terpercaya sebagai bahan referensi.

1.5.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT dalam penelitian ini.

1.5.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan animasi yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan televisi meliputi menentukan ide cerita, mengumpulkan data hingga pembuatan *storyboard*.

1.5.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan gambar hingga menganimasikan gambar. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap finishing berupa *rendering* dan *distributing*.

1.5.5 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan melakukan penayangan kepada objek dan hasil akhir video iklan di televisi lokal Yogyakarta.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan secara sederhana yang terdiri dari.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan dalam proses perancangan dan pembuatan video iklan untuk PT.INDMIRA menggunakan teknik *motion graphic* serta *software* yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini membahas tentang analisis kelayakan iklan televisi yang dibuat serta menjelaskan tentang storyboard dan analisis pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang langkah produksi dan langkah paska produksi pada pembuatan video iklan untuk PT.INDMIRA dengan menggunakan teknik *motion graphic*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan jawaban yang menjadi pokok pembahasan dari rumusan masalah. Saran yang diberikan merupakan harapan untuk pengembangan serta penyempurnaan dari hasil penulis.

