

## Bab I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Seiring kemajuan teknologi yang berkembang dengan cepat, turut membantu manusia dalam memasuki tata peradaban baru di era yang baru. Salah satu contoh kemajuan teknologi adalah sebuah iklan televisi. Di era sekarang ini kebanyakan iklan yang menggunakan animasi sebagai metode mengiklankan produk dan jasanya menerapkan *motion graphic*. Yang dimaksud dengan *motion graphic* adalah kumpulan gambar-gambar yang di animasikan. Hal ini sangat dimanfaatkan para perusahaan untuk meningkatkan kualitas dalam memberikan sebuah informasi untuk mendapatkan sebuah keuntungan dan timbal balik dalam memberikan iklan tersebut.

*ARTFILMSCHOOL INDONESIA* adalah suatu lembaga kursus perfilman yang memberikan jasa untuk megajarkan tentang tata cara pembuatan film. Di *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* diberikan pelajaran bagaimana cara manajemen produksi, penulisan naskah, teknik penyutradaraan, sinematografi dan editing. Iklan *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* akan berbentuk sebuah animasi dengan menerapkan metode *motion graphic*. Karena dengan menerapkan animasi *motion graphic* lebih menarik dan bisa mudah diingat. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

***Perancangan dan Pembuatan Iklan TV Art Film School Yogyakarta Dengan Teknik Motion Graphic.***

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana membuat iklan animasi dengan teknik motion graphic menggunakan teknologi multimedia untuk iklan televisi?

## 1.3 Batasan Masalah

Karena luasnya pada penelitian ini, maka penulis membatasi hanya pada:

1. Iklan *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* berdurasi sampai 30 Detik.
2. Menggunakan format standard iklan adalah HDTV 1080 (High Defination Television) ukuran yang digunakan 1920px x 1080px dengan format hasil rendering mpeg2.
3. Iklan menggunakan teknik motion graphic.
4. Hasil akhir akan diserahkan pada *ARTFILMSCHOOL INDONESIA*
5. Iklan menjadi kewenangan *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* untuk menayangkan.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengiklankan *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* dengan menerapkan teknik *motion graphic* yang dapat digunakan secara optimal di bidang iklan televisi sebagai berikut :

1. Membuatkan iklan *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* dengan *teknik motion graphic*.
2. Memperkenalkan *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* pada masyarakat.

## **1.5 Manfaat Penelttian**

### **1.5.1 Manfaat Bagi Penulls**

1. Mampu membuat iklan animasi *motion graphic* dengan kemampuan sendiri.
2. Mampu mengembangkan diri di bidang animasi dan desain.

### **1.5.2 Manfaat bagi Perusahaan**

1. Sebagai media promosi *ARTFILMSCHOOL INDONESIA*.
2. Agar *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* lebih di kenal tidak hanya di Yogyakarta tapi seluruh Indonesia juga.
3. Meningkatkan rating *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* sebagai lembaga kursus perfilman yang ada di Yogyakarta.
4. Mengenalkan fasilitas dan jasa *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* kepada para konsumennya.

### **1.5.3 Manfaat bagi Konsumen**

1. Memberikan pandangan agar konsumen tertarik untuk bergabung bersama *ARTFILMSCHOOL INDONESIA*.

2. Konsumen bisa mengetahui bagaimana proses memproduksi film dengan standard profesional.
3. Mampu membuat film sendiri dengan benar
4. Mendapatkan informasi lebih banyak tentang dunia perfilman.
5. Mendapatkan relasi dan mengetahui banyak Production House atau film maker di luar sana.

## **1.6 Metode Penelitian**

Ada beberapa metode dalam melakukan penelitian pembuatan iklan ini. Beberapa metode penelitian tersebut antara lain :

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Metode Observasi**

Dalam metode ini dilakukan dengan mengamati secara langsung apa saja yang *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* berikan untuk memberikan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan yang akan dibuat nanti.

#### **2. Metode Kepustakaan**

Metode ini dilakukan untuk mencari dan melihat beberapa referensi teori baik itu dalam buku atau internet yang bersangkutan tentang iklan dan animasi *motion graphic*.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Metode yang digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah iklan yang dibuat dan analisis kebutuhan iklan

## 1. Metode Pembuatan Iklan

Metode yang merancang konsep untuk pembuatan iklan dan desain yang disiapkan sesuai dengan konten yang akan disampaikan.

## 2. Teknik Perancangan Iklan

### a. Merancang konsep iklan

Merancang konsep merupakan langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Di dalam perancangan konsep setelah pengumpulan data. Di dalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat. Untuk dapat merancang konsep dalam membuat iklan sangat dibutuhkan kreativitas.

### b. Merancang isi iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan isi dari merancang konsep atau implementasi dari strategi kreatif. Merancang isi meliputi mengevaluasi dan memiliki daya tarik pesan, memberikan pesan yang bisa menjadi daya tarik kepada calon konsumen. Untuk menyampaikan isi iklan ini biasanya diambil dari keunggulan perusahaan yang bisa dijadikan minat tujuan konsumen untuk memiliki produk atau bergabung bersama perusahaan tersebut.

### c. Merancang naskah iklan

Dalam merancang naskah menentukan dialog dan urutan elemen-elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata – kata yang digunakan untuk membidik pasar yang tepat, serta memperhatikan aspek – aspek yang menonjol untuk menghasilkan iklan yang tepat sasaran.



d. Merancang storyboard

Sebelum memulai memproduksi iklan diperlukan storyboard. Storyboard adalah serangkaian gambar sketsa yang menggambarkan urutan atau alur cerita setelah naskah iklan dan rancangan animasi yang dibuat selesai.

e. Memproduksi iklan

Tahap ini adalah aksi dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya. Memproduksi system multimedia dibagi dalam 3 tahap. Yaitu pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi.

### 3. Metode Implementasi

Metode untuk mengimplementasikan karya yang dibuat sebagai karya ilmiah oleh penulis.

#### 1.7 Sistematika Penulisan Laporan Penelitian

Dalam laporan pembuatan skripsi disusun dengan sistematika penulisan laporan penelitian. Yang dibagi tiap susunan bab dan keterangan untuk penjelasan dalam tiap bab yang ditulis. Berikut adalah penyusunan bab dan keterangan singkatnya :

##### 1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian dari pengantar pokok yang berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan laporan.

## 2. **BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

## 3. **BAB III PERANCANGAN**

Pada BAB III ini adalah gambaran dari Art Film School Indonesia. Serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan iklan tersebut.

## 4. **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini dalam penulisan skripsi berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

## 5. **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil tes kuisioner dari pihak *ARTFILMSCHOOL INDONESIA* terhadap iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan yang dibuat.

**DAFTAR PUSTAKA**

Memuat keterangan yang didapatkan dari beberapa buku dan internet sebagai refrensi dan panduan untuk membantu dalam pembuatan dan sebagai penulisan skripsi.

