

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

NIMCO STORE Yogyakarta selama ini sudah dikenal oleh sebagian orang sebagai salah satu distro penjualan pakaian, tetapi masih kurang media promosi yang menerangkan tentang Nimco tersebut. Selama ini NIMCO STORE Yogyakarta hanya dipromosikan melalui *pamphlet*, *brosur*, *website*, media sosial dan belum pernah di iklankan di TV.

Saat ini pengelola NIMCO STORE Yogyakarta belum memiliki media promosi berbasis multimedia yang dapat ditayangkan di TV. Sehingga butuh pihak lain yang dapat memberi bantuan tersebut untuk membuat media promosi yang efektif. Media tersebut digunakan untuk memperkenalkan Nimco Store Yogyakarta kepada masyarakat umum, video iklan tersebut nantinya akan ditayangkan di TV. Diharapkan dengan dibuatnya iklan Tv ini dapat menjadi salah satu media promosi yang dapat membantu penjualan dan mendatangkan banyak pengunjung, karena NIMCO STORE Yogyakarta memiliki produk yang memenuhi kebutuhan anak muda masa kini.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin membuat judul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Tv NIMCO STORE Yogyakarta Menggunakan Teknik Motion Tracking dan Live Shoot”. Penulis mengambil judul ini dikarenakan jarang distro yang menggunakan teknik ini sebagai media promosi dan dari segi tampilan teknik ini lebih menarik daripada sekedar live shoot.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan pada penelitian, yaitu:

Bagaimana membuat iklan promosi dengan menggunakan teknik Motion Tracking pada distro NIMCO STORE Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Iklan NIMCO STORE Yogyakarta berdurasi sampai 30 detik.
2. Menggunakan format standard iklan HDTV 1080.
3. Iklan menggunakan teknik Motion Tracking dan Live Shoot.
4. Media ini untuk kepentingan promosi
5. Ditayangkan di RBTv

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengiklankan NIMCO STORE Yogyakarta dengan menerapkan teknik *Motion Tracking dan Live Shoot* yang dapat digunakan secara optimal di bidang iklan televisi sebagai berikut:

1. Membuat iklan NIMCO STORE Yogyakarta dengan teknik Motion Tracking dan Live Shoot.
2. Memperkenalkan NIMCO STORE Yogyakarta pada masyarakat.

1.4.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Mampu membuat iklan animasi *motion tracking* dan *live shoot* dengan kemampuan sendiri.
2. Mampu mengembangkan diri di bidang animasi dan desain.
3. Sebagai syarat kelulusan program studi Strata 1 Jurusan Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta, untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom).
4. Menerapkan ilmu yang telah didapatkan di STMIK AMIKOM Yogyakarta dan sebagai bukti telah turut berperan serta dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang teknologi informasi.

1.4.2 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Sebagai media promosi NIMCO STORE Yogyakarta.
2. Agar NIMCO STORE Yogyakarta lebih di kenal tidak hanya di Yogyakarta tapi di seluruh Indonesia juga.
3. Meningkatkan rating NIMCO STORE Yogyakarta sebagai distro yang memiliki produksi terbaik di Yogyakarta.

1.4.3 Manfaat Bagi STMIK AMIKOM Yogyakarta

1. Sebagai referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk laporan skripsi bagi mahasiswa yang sedang mengambil skripsi maupun tugas akhir.

1.4.4 Manfaat bagi Konsumen

Memberikan pandangan agar konsumen tertarik dan membeli produk NIMCO STORE Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

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

1.5.1 Metode Observasi

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

1.5.2 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.

1.5.3 Metode Perancangan

1.5.3.1 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.

1.5.3.2 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.

1.5.3.3 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.

1.5.3.4 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.

1.5.3.5 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.

1.6 Sistematika Penulisan

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:

BAB I PENDAHULUAN

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

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.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada BAB III ini adalah gambaran dari NIMCO STORE Yogyakarta Serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan iklan tersebut.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil tes quisioner dari pihak NIMCO STORE YOGYAKARTA terhadap iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan yang dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

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

