

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap kemajuan dan pengembangan industri pertelevisian. Hal ini kaitannya televisi dalam menyajikan acara yang dapat memenuhi kebutuhannya, pada saat ini format acara televisi yang didalamnya terdapat unsur-unsur pendidikan, hiburan, maupun promosi. Televisi dahulu dikenal oleh masyarakat sebagai suatu media penerangan saja, hanya menyajikan acara-acara yang sifatnya memberikan informasi.

Seiring dengan perkembangan, acara televisi mengalami banyak perubahan. Begitu juga dengan media penerangan yang terus mengalami perkembangan, yang sekarang ini sering kita sebut sebagai iklan televisi. Periklanan merupakan penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengomunikasikan informasi persuasif tentang produk berupa ide, barang, jasa ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat. Sejak era reformasi di Indonesia, iklan menjadi program yang sangat penting pada media televisi. Bahkan iklan disajikan dalam format yang bagus dan menarik untuk ditayangkan pada stasiun televisi yang sudah ditentukan baik berupa iklan suatu produk, atau layanan masyarakat.

Dalam hal ini, SMK Ma'arif 1 Kebumen akan membuat iklan untuk meningkatkan daya saing dalam proses promosi. Karena sebelumnya SMK

Ma'arif 1 Kebumen hanya mengandalkan pembagian brosur dan melakukan workshop kepada siswa-siswa SMP yang tentunya akan memerlukan banyak waktu. Dan masih kurang efektifnya penyampaian pesan menggunakan brosur, dengan banyaknya brosur yang tidak dibaca atau bahkan dibuang oleh para siswa SMP yang tidak memiliki minat terhadap SMK Ma'arif 1 Kebumen. Maka dari itu, akan dibuat sebuah iklan televisi yang menarik dan dapat meningkatkan citra dan minat siswa-siswi SMP terhadap SMK Ma'arif 1 Kebumen. Untuk membuat iklan yang berkualitas, diperlukan suatu kesatuan kerja produksi yang handal.

Dalam pembuatan iklan ini akan mengimplementasikan berbagai bidang multimedia, yaitu animasi tiga dimensi (3D), animasi dua dimensi (2D), video live dan visual effect. Dan untuk itu diperlukan suatu kerjasama yang profesional, antar departemen produksi. Seperti pada perusahaan kecil yang di tangani oleh orang di departemen pemasaran atau penjualan yang bekerjasama dengan biro iklan, sedangkan perusahaan besar yang membentuk departemen periklanan sendiri. Hal itu juga akan ditunjang dengan alat produksi pembuatan iklan yang memenuhi syarat. Sehingga dapat menyajikan sebuah iklan yang menarik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis merumuskan masalah, "Bagaimana membuat iklan televisi dengan mengimplementasikan animasi 2D, animasi 3D, live video, dan visual effect pada SMK Ma'arif 1 Kebumen?"

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dimaksudkan untuk memberikan pembahasan dan arah yang lebih jelas bagi penulis untuk meneliti dan metode apa yang digunakan. Maka dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup mengenai pembuatan iklan pada proses awal produksi sampai proses akhir produksi, yang meliputi :

1. Perancangan naskah dan storyboard iklan televisi SMK Ma'arif 1 Kebumen.
2. Penayangan iklan berdurasi 30 detik untuk mengefektifkan penyampaian pesan.
3. Iklan ini digunakan sebagai media promosi penyampaian informasi pada SMK Ma'arif 1 Kebumen.
4. Dalam pembuatannya penulis menggunakan software-software sebagai berikut : 3D Studio Max, Adobe Flash CS 4, Adobe Premier CS 4, Adobe After Effect CS 4, Adobe Soundbooth CS 4.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Internal

1. Agar dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan ke dalam aplikasi nyata dengan harapan ilmu yang dipelajari bisa bermanfaat dan dapat diterapkan didunia nyata.

2. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi strata satu (S1) jurusan Teknik Informatika di STMIK Amikom Yogyakarta.
3. Sebagai bahan dipelajari untuk pembaca yang tertarik dalam bidang pembuatan iklan.
4. Mengimplementasikan perancangan naskah dan storyboard iklan untuk meningkatkan citra dan keunggulan sekolah.

2. Eksternal

1. Sebagai alternatif media dan wahana informasi dengan lebih atraktif dan menarik bagi sekolah.
2. Media penyampaian informasi yang berbasis periklanan multimedia.
3. Menambah perbendaharaan dan wawasan ilmu pengetahuan dalam teknologi informasi, dan multimedia.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh hasil yang diinginkan maka sangat diperlukan pengumpulan data yang benar, akurat, dan lengkap dalam pembuatan skripsi

ini. Untuk ini, metode pengumpulan data yang dapat digunakan antara lain :

1. Metode Wawancara

adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan Tanya jawab secara langsung terhadap pihak-pihak yang terkait atau terhadap obyek penelitian.

2. Metode Kepustakaan

adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan buku-buku yang berkaitan dengan obyek penelitian sebagai bahan referensi dalam mendapatkan informasi.

3. Metode Study Literature

adalah metode pengumpulan data dengan cara menggunakan literatur yang biasa dipakai seperti dengan memanfaatkan fasilitas internet, yaitu dengan mengunjungi situs-situs yang berhubungan dengan penggunaan software, pembuatan iklan, dan editing.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan lebih mudah dimengerti dan terstruktur, maka sistematika penyusunan laporan akan disajikan dalam lima bab, uraian masing-masing bab adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB II : Dasar Teori

Pada bab ini akan menjelaskan teori-teori tentang multimedia, animasi, video, dan periklanan baik dari jurnal, internet, buku, dan media pustaka lainnya.

BAB III : Analisis Dan Perancangan

Pada bab ini akan menjelaskan tentang gambaran secara umum tentang profil, visi dan misi SMK Ma'arif 1 Kebumen, analisis dan pra produksi.

BAB IV : Implementasi Dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan tentang tahap-tahap proses pembuatan iklan SMK Ma'arif 1 Kebumen, serta pembahasan tampilan iklan agar mudah di mengerti.

BAB V : Penutup

Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan dari proses penelitian ini serta saran-saran yang diberikan.

