

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Iklan televisi merupakan bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seseorang pembeli potensial dan mempromosikan penjualan produk atau jasa, untuk mempengaruhi pendapat publik, memenangkan dukungan publik untuk berpikir atau bertindak sesuai keinginan orang yang akan memasang iklan, komunikasi ini dilakukan agar konsumen menyadari dan mengetahui keunikan dan keunggulan produk sehingga produk menempati posisi yang berarti dan berbeda di benak konsumen.

Iklan dapat mengkomunikasikan produknya melalui beberapa media yaitu : radio, surat kabar, spanduk, selebaran, media cetak dan televisi. Media televisi merupakan salah satu media yang efektif untuk beriklan. Hal ini dikarenakan iklan televisi mempunyai karakteristik khusus yaitu kombinasi gambar, suara dan gerak. Oleh karena itu pesan yang disampaikan sangat menarik perhatian penonton. Karena sifat yang visual dan merupakan kombinasi warna-warna, suara dan gerakan, maka iklan televisi tampak hidup dan nyata. Kelebihan ini tidak dimiliki media lain.

Di era modern seperti sekarang ini tanpa iklan para produsen dan distributor tidak akan dapat menjual barangnya, sedangkan disisi lain para pembeli tidak akan memiliki informasi yang memadai produk barang maupun

jasa yang tersedia di pasar. Jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan tingkat keuntungannya, maka ia harus melangsungkan kegiatan-kegiatan periklanan secara memadai dan terus menerus.

Hal tersebut yang belum dilakukan CV ATLANTA yang berdiri dan berprasional aktif pada tahun 2004 untuk mempromosikan usahanya melalui media televisi. Berkaitan dengan itu tak dipungkiri banyak perusahaan menggunakan pasar teknologi sebagai media promosi. Oleh karena itu, ini memberikan peluang pada CV. ATLANTA Electronics Jogjakarta yang beralamat di Jl HOS Cokroaminoto 166 Yogyakarta yang baru saja mengembangkan usahanya dengan membangun sebuah toko elektronik yang terbesar dan termodern di Jogjakarta dan di luncurkan pada tanggal 18 bulan april tahun 2013 ini bisa mengenalkan prusahaanya kepada masyarakat melalui media iklan dalam bentuk video.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan inilah saya mencoba membuat iklan berbasis video shooting dengan mengangkat judul *“Pembuatan Iklan Televisi Pada CV. ATLANTA Elektronik Jogjakarta Sebagai Media Promosi menggunakan Motion Tracking”* yang merupakan pintu gerbang perusahaan untuk *go public* secara murah dan cepat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut, yaitu :

"Bagaimana proses pembuatan iklan televisi ATLANTA Elektronik sebagai media promosi dengan menggunakan *motion tracking* ?".

1.3. Batasan Masalah

Untuk lebih memudahkan dan menghindari ruang lingkup permasalahan yang terlalu luas Iklan televisi ini dibuat berdurasi sekitar 30 detik dan akan di buat dengan menggunakan model iklan dengan penjabaran mengenai konsep dan story board iklan, penulis membatasi software utama yang di gunakan adalah Adobe After Effects CS6 dengan teknik motion tracking sebagi pembuatan animasi serta di tunjang Adobe Premier Pro CS6 Sebagai software videonya.

Hasil implementasi motion tracking dan visual efek ini akan berbentuk iklan televisi yang bedurasi 30 detik dan menjadi kewenangan ATLANTA Elektronik dalam penyanganya.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Membuat iklan yang akan di tayangkan di televisi lokal Jogjakarta untuk Toko ATLANTA Electronics Jogjakarta dengan mengaplikasikan teknik motion tracking dalam pembuatan iklan televisinya.
2. Menerapkan ilmu yang telah didapat selama mengikuti pendidikan di Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer " AMIKOM " Yogyakarta.
3. Sebagai media untuk membantu mempromosikan Toko ATLANTA Elektronik kepada masyarakat Yogyakarta.
4. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi SRATA-1 di prodi Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

- a) Memperoleh gelar sarjana komputer (S.Kom).
- b) Membantu proses promosi Toko ATLANTA Electronics yogyakarta.
- c) Menjadikan Toko ATLANTA Electronics Jogjakarta sebagai salah satu Toko electronics yang memakai multimedia periklanan TV sebagai media promosi.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam pengumpulan data. Penulis menggunakan beberapa metode, antara lain sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung melihat sehari-hari kegiatan dan perilaku konsumen di Toko ATLANTA Electronics Yogyakarta untuk melihat bagian-bagian mana saja dari Toko ATLANTA Electronics Yogyakarta yang akan dijadikan objek untuk pembuatan iklan.

2. Metode Wawancara (*interview*)

Informasi yang didapat, dengan cara mewawancarai pegawai maupun pemilik Toko ATLANTA Electronics Yogyakarta dan sebagian konsumen.

3. Kepustakaan (*library*)

Mengumpulkan data dari buku-buku tentang dunia periklanan TV dan literatur-literatur yang diperoleh dari internet mengenai dunia periklanan.

1.7. Sistmatika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam penyusunan laporan skripsi ini sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan

BAB II. LANDASAN TEORI

Landasan teori memuat tinjauan pustaka dan teori-teori mengenai dunia periklanan televisi serta prangkat lunak yang akan digunakan dalam prose pembuatan iklan.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Analisis dan Perancangan Sistem menguraikan gambaran tentang CV. ATLANTA Electronics Yogyakarta yang meliputi sejarah berdiri, fasilitas yang ada, struktur organisasi dan juga menguraikan analisis semua permasalahan yang ada serta rancangan dari sistem yang akan dibangun meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan storyboard.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Implementasi dan Pembahasan menguraikan secara lengkap proses produksi iklan yang meliputi pengambilan gambar video, proses editing sampai proses finishing.

BAB V. PENUTUP

Penutup merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran yang sifatnya membangun dari keseluruhan isi laporan.

1.8 Rencana Kegiatan

Penyusunan skripsi akan lebih mudah dan lancar jika penulis membuat suatu jadwal kegiatan sehingga semua kegiatan dapat terencana dengan baik dan selesai tepat waktu.

Adapun rencana kegiatan penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1 Rencana Kegiatan

No	Tugas	November				Desember				January				February			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi	■	■														
2	Pengumpulan Data																
3	Merancang Konsep																
4	Storyboard																
5	Syuting Iklan																
6	Editing Video																
7	Pemberian Efek																
8	Finishing																
9	Pembuatan Laporan																