

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media, pemanfaatan animasi pada video terkadang memberikan daya tarik tersendiri, terutama pada layanan iklan televisi, agar iklan sampai ke konsumen maka diperlukan media informasi yang jelas. Kejelasan informasi pada segmen pasar terhadap produk yang diiklankan akan menghasilkan tanggapan positif dari konsumen yang akan memberikan keuntungan bagi produsen.

Berdasarkan observasi-observasi yang dilakukan penulis di objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa promosi yang dilakukan Bardiman Cafe dan Resto saat ini masih menggunakan media promosi sosial media seperti facebook dan twitter dan melalui radio. Media ini dirasa masih minim dan cakupannya kurang luas. Dengan adanya media iklan berbasis animasi hyperlapse dan motion grafik ini diharapkan penyebaran informasi tentang Bardiman Cafe dan Resto dapat lebih efektif dan efisien.

Dari masalah tersebut, maka penulis akan mengangkat sebuah judul **“Perancangan dan Pembuatan Iklan Animasi Dengan Teknik Hyperlapse dan Motion Grafik Pada Bardiman Cafe & Resto”** dengan adanya iklan animasi ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen dan dapat memperluas pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah peninjauan diatas maka dirumuskan masalah yaitu : Bagaimana cara merancang media promosi yang tepat untuk Bardiman Café dan Resto

1.3 Batasan Masalah

Memfokuskan Pembahasan dalam hal ini, dibatasi ruang lingkup yang lebih sempit, yaitu :

1. Iklan ini dibuat untuk Bardiman Cafe dan Resto sebagai media promosi dalam bentuk video animasi.
2. Hasil pembuatan animasi hyperlapse dan motion grafik ini akan berbentuk iklan berdurasi ±30 detik dan menggunakan format standar iklan ini adalah HDTV 1080 (High Definition Television) ukuran yang digunakan 1920 x 1080 dan akan menjadi kewenangan Bardiman Cafe dan Resto dalam penayangannya.

1.4 Tujuan Penelitian

Membuat video iklan animasi berbasis hyperlapse dan motion grafik untuk Bardiman café dan Resto.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan “Bardiman Café dan Resto” sebagai media promosi, yang dapat membantu dalam publikasi kepada masyarakat
2. Sebagai media promosi kepada masyarakat luas sehingga dapat menambah jumlah pengunjung dan meningkatkan pendapatan dalam menjual menu di Bardiman Café dan Resto.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis yaitu mengamati seluruh ruang lingkup pada bardiman cafe dan resto baik itu dari perlengkapan atau aksesoris yang ada di dalam ruang, mengamati fasilitas yang ada, tujuan observasi ini sendiri guna untuk membantu peneliti untuk merancang storyboard pada proses pembuatan iklan itu sendiri.

1.6.1.2 Metode Interview (Wawancara)

Data yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan serta penjelasan secara lisan atau wawancara dengan pihak pemilik Bardiman. Cara ini merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi dari seorang yang berwenang dalam instansi tersebut secara langsung kepada responden.

1.6.1.3 Metode Kepustakaan (*Library*)

metode dengan perolehan data dari buku-buku yang telah diterbitkan atau literatur- literatur yang merupakan sumber pengetahuan teori mengenai cara pembuatan iklan dimana semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

1.6.2 Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan pada "Bardiman Cafe dan Resto" ini lebih tepatnya menggunakan Analisis SWOT. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari *Strenght* (S), *Weakness* (W), *Opportunities* (O), dan *Threats* (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman atau kendala, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi factor-faktor luar (O dan T) dan factor didalam perusahaan (S dan W)

1.6.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan dibentuk. Pada tahap ini dihasilkan rancangan iklan animasi yang sesuai kebutuhan Bardiman Cafe dan Resto.

- a. Merancang Konsep Iklan
- b. Merancang isi iklan
- c. Merancang Naskah iklan
- d. Merancang *Storyboard*
- e. Memproduksi Iklan

1.6.4 Metode Pengembangan

Pengembangan program periklanan diawali dengan mengidentifikasi target pasar dan motif pembeli, kemudian baru membuat 5 keputusan utama dalam program periklanan dinamakan 5 M :

1. Mission (misi) yaitu tujuan dari periklanan.
2. Money (uang) yaitu besarnya pengeluaran untuk periklanan.
3. Message (pesan) yaitu pesan apa yang akan disampaikan.
4. Media (media) yaitu media apa yang seharusnya digunakan.
5. Measurement (pengukuran) yaitu bagaimana seharusnya hasil periklanan itu dievaluasi.

1.6.5 Metode Implementasi Sistem

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari langkah-langkah berikut :

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan studi pustaka yaitu dengan cara membaca buku-buku referensi yang terkait dengan penelitian ini.

1 Analisis Sistem Aplikasi

Pada tahap ini akan dilakukan analisis kebutuhan perangkat lunak yang akan dibutuhkan untuk merancang dan membuat iklan berbasis hyperlapse dan motion grafik

2 Desain Sistem Aplikasi

Pada tahap ini dilakukan perancangan model perangkat lunak yang akan dikembangkan. Yaitu menggunakan aplikasi Adobe After Effect, Adobe Premier, Adobe Photoshop untuk pembuatan iklan

3 Implementasi system

Pada tahap ini dilakukan proses merealisasikan rancangan sehingga dapat dipergunakan/dioperasikan sesuai dengan yang diharapkan

4 Pengujian Sistem Aplikasi

Pada Tahap ini dilakukan proses pengujian system aplikasi yang telah dikembangkan

1.7 Metode Testing

Tahap ini akan dilakukan setelah tahap perancangan dan pengembangan selesai dan mencari kemungkinan kesalahan dan memeriksa apakah sudah sesuai dengan hasil yang diinginkan.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka dan masalah mengenai pengenalan iklan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Pada bab ini berisi tentang konsep iklan yang penulis bahas. Profil singkat Bardiman Café dan resto dan analisis mengenai pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang akan membahas proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas pada bab III, yaitu tahap produksi dan pasca produksi

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengumpulan data serta beberapa saran untuk bahan peninjauan selanjutnya.

1.8 Rencana dan Jadwal Penelitian

Untuk menghasilkan penelitian yang terencana dan penyusunan yang tepat waktu, maka perlu adanya jadwal penelitian. Adapun rencana kegiatan diuraikan sebagai berikut :

Tabel 1-1 Rencana Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	Maret 2014				April 2014				Mei 2014			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV

1	Identifikasi kebutuhan konsumen			♦										
2	Analisis				♦									
3	Pengumpulan data					♦	♦							
4	Perencanaan pembuatan iklan							♦						
5	Pembuatan iklan							♦	♦					
6	Implementasi dan pembahasan sistem									♦	♦			
7	Laporan				♦	♦	♦	♦	♦	♦	♦	♦		

