

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini teknologi adalah hal yang tidak dapat lepas dari berbagai aspek salah satunya yaitu periklanan, peran teknologi dari waktu ke waktu sangat mempengaruhi nilai pencapaian industri periklanan. Saat ini sudah banyak tersedia fasilitas dan sarana informasi untuk periklanan, seperti televisi, radio, majalah, dan juga internet yang kini semakin memasyarakat. Televisi merupakan media audiovisual yang cukup canggih dan efektif untuk beriklan. Hal ini dikarenakan iklan televisi mempunyai karakteristik khusus, yaitu gambar, suara, dan gerak. Sehingga masyarakat lebih mudah memahami informasi yang diberikan oleh suatu produk melalui televisi dibandingkan dengan media lainnya.

Museum Sandi adalah sebuah museum persandian yang berada di Kota Yogyakarta tepatnya di Jalan Faridan Muridan Noto 21 Kota Baru Yogyakarta. Museum ini menampilkan berbagai koleksi persandian bersejarah dari seluruh dunia. Museum Sandi dibangun atas prakarsa bersama Kepala Lembaga Sandi Negara RI dengan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2006 dan diresmikan pada tanggal 29 Juli 2008. Secara garis besar, museum ini memiliki 2 lantai dengan sembilan ruang *display* yang menyimpan berbagai benda bersejarah sejak masa perang kemerdekaan beserta tempat pelengkap lainnya seperti *gazebo* yang berada tepat di halaman Museum Sandi dan aula besar disebelah kanan

museum. Saat ini promosi yang dilakukan Museum Sandi yaitu menggunakan media website dan brosur .

Penggunaan iklan sebagai alat publikasi untuk sebuah lembaga pemerintahan sangatlah dibutuhkan, terutama pada lembaga pemerintahan bidang kesejarahan. Karena wisatawan cenderung menganggap tempat bersejarah adalah tempat yang kurang menarik dan membosankan. Maka, dibutuhkan Iklan televisi yang sifatnya untuk publikasi dan infoematifyang sering disebut dengan iklan layanan masyarakat yaitu berupa iklan informatif untuk lebih mengenal dan menjaga tempat-tempat peninggalan bersejarah yang ada pada suatu daerah.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis dan Perancangan Media Promosi Televisi dengan Penggabungan Teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot* pada Museum Sandi Yogyakarta".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas maka peneliti membuat rumusan masalah yaitu " Bagaimana membuat Iklan yang informatif dan menarik pada Museum Sandi Yogyakarta?"

1.3 Batasan Masalah

Perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis penelitian ini agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat dicari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut di antaranya:

1. Iklan berisi koleksi yang ada di Museum Sandi.
2. Iklan berdurasi 30 detik dengan akhir format (.mp4).
3. Tahap memproduksi iklan yang meliputi tahap pra produksi (Rancangan konsep iklan, rancangan naskah iklan, rancangan *story board*, menentukan jadwal *take video*), tahap produksi (menyiapkan perlengkapan *shooting*, penataan cahaya, pengaturan kamera, pengambilan gambar (*shooting*), dan perekaman suara) dan tahap pasca produksi (manajemen *file*, editing, hasil akhir, dan *mastering*).
4. Proses perekaman dan pengambilan gambar menggunakan sebuah kamera DSLR.
5. Teknik yang digunakan adalah *liveshoot* dan *Motion Graphic*.
6. Iklan akan ditayangkan melalui stasiun televisi, pandega, serta situs internet.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Video iklan yang telah selesai di buat dapat di gunakan Museum Sandi Yogyakarta sebagai media informasi yang menarik dapat membantu meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung.
2. Dapat menerapkan unsur-unsur pembuatan iklan televisi.
3. Merancang dan membuat iklan museum Sandi Yogyakarta sebagai media informasi yang menarik yang ditayangkan pada stasiun TV lokal.
4. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata-

I Teknik Informatika pada STMIK Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

- a. Dengan diadakan penelitian tersebut maka dapat menambah dan memperdalam pengetahuana apa yang diperoleh selama kuliah, khususnya penelitian dalam bidang multimedia, yaitu penggunaan *software adobe premier*, dan *after effect*.
- b. Memenuhi persyaratan utama dalam menyelesaikan program kelulusan bagi jenjang Strata-I STMIK AMIKOM Yogyakarta.

2. Bagi kalangan pembaca

- a. Dapat memberikan pengetahuan khususnya dalam bidang pembuatan iklan dengan menggabungkan teknik *motion graphic* dan *live shoot*.

3. Bagi objek penelitian

- a. Diharapkan dengan adanya iklan layanan masyarakat ini, sebagai alat publikasi untuk pengenalan museum Sandi kepada masyarakat agar minat pengunjung semakin meningkat dalam belajar sejarah.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Studi Literatur

Merupakan metode pengambilan data dengan menggunakan literatur yang ada seperti dengan menggunakan buku-buku referensi dan

memanfaatkan fasilitas internet yaitu dengan mengunjungi situs-situs web yang berhubungan dengan iklan.

b. Metode Kepustakaan (Library)

Metode yang digunakan untuk mendapatkan konsep-konsep teoritis menggunakan buku-buku bahan referensi dalam mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan.

c. Observasi

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengamati dan menentukan point-point penting yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

1.6.2 Metode Analisis Data

Analisis data-data yang telah dikumpulkan secara terperinci untuk keperluan pembuatan iklan.

1.6.3 Metode Perancangan

Merancang proses pra produksi yang nantinya bisa mempermudah dalam proses pembuatan iklan.

1.6.4 Metode Pengambilan gambar dan Editing

Menterjemahkan hasil proses perancangan menjadi sebuah bentuk video untuk kebutuhan televisi

1.6.5 Metode Implementasi

Jika semua metode telah dilakukan dengan baik maka iklan siap ditayangkan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan video iklan layanan masyarakat untuk media promosi.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang analisis dan perancangan iklan yang akan diimplementasikan dan dibahas pada BAB berikutnya.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas tentang hal-hal yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoreksian iklan, dan hasil implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V. PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dan saran untuk perbaikan dari proses pembuatan video iklan layanan masyarakat.