

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat pesat, khususnya pada bidang teknologi informasi. Informasi-informasi bisa didapatkan dengan mudah baik dari media cetak maupun dari media elektronik. Media cetak adalah media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual yang dihasilkan dari proses percetakan, contoh : surat kabar, majalah, tabloid, brosur, pamflet, poster. Sedangkan media elektronik adalah media yang proses bekerjanya berdasar pada prinsip elektronik dan eletromagnetis, contoh : televisi, radio, internet.

Banyak perusahaan atau perseorangan menggunakan media televisi untuk melakukan promosi, karena media iklan televisi mempunyai kemampuan yang unik. Tidak ada media lain yang dapat menjangkau konsumen secara serempak melalui indera pendengaran dan pengelihatannya. Para penonton dapat melihat dan mendengar tentang suatu yang ditawarkan dari iklan tersebut.

Iklan televisi sebagai sarana komunikasi yang kini tidak asing lagi bagi masyarakat luas, merupakan sarana yang efektif untuk mencegah dan mengurangi penyebaran HIV dan AIDS. Dengan menyebar luaskan dampak-dampak negative dan bagaimana cara penularan HIV dan AIDS, masyarakat diharapkan mengetahui dan sadar sehingga tingkat penyebaran dan penularan virus HIV dan AIDS dapat berkurang.

Contrast Jogja merupakan salah satu LSM di Yogyakarta yang menangani tentang masalah HIV dan AIDS. Contrast Jogja telah banyak melakukan kampanye-kampanye dan sosialisasi-sosialisasi tentang bahaya HIV dan AIDS.

Berdasarkan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut, untuk memudahkan kampanye-kampanye dan sosialisasi-sosialisasinya, Contrast Jogja perlu membuat sebuah iklan sehingga pesan-pesan dan ajakan untuk memerangi HIV dan AIDS dapat dengan mudah di sampaikan kepada masyarakat luas.

Menyikapi permasalahan tersebut penyusun mencoba membuat sebuah iklan dengan judul “ Iklan “HIV dan AIDS” Dua Dimensi untuk Contrast Jogja”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok permasalahan yang ada, maka penulis menentukan pokok permasalahan dalam tugas akhir ini adalah bagaimana cara membuat iklan dengan animasi 2D agar iklan tersebut dapat menarik dan pesan-pesan dalam iklan tersebut dapat tersampaikan pada masyarakat.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dimaksudkan untuk memberikan arah yang jelas bagi penulis untuk meneliti dan menentukan metode atau cara dalam penelitian yang dilakukan. Berdasarkan asumsi tersebut, maka penulis menentukan batasan masalah penelitian, yaitu pada proses pembuatan “iklan “HIV dan AIDS” dua dimensi untuk Contrast Jogja” dengan mengambil tema kesetiaan.

Iklan dibuat dengan dua jenis type yaitu iklan berdurasi panjang dan iklan berdurasi pendek. Pembuatan iklan “HIV dan AIDS” dua dimensi untuk Contrast Jogja penulis menggunakan software-software sebagai berikut:

- Adobe Photoshop CS3
- Adobe Audition 1.5
- Adobe Premier Pro CS3
- Adobe After Effects CS3
- Corel Draw X3

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan TA ini adalah sebagai berikut :

- Memenuhi persyaratan kelulusan bagi jenjang DIII AMIKOM.
- Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan kedalam apikasi nyata dengan harapan ilmu yang dipelajari bisa bermanfaat dan dapat diterapkan didunia nyata.
- Pembuatan iklan HIV dan AIDS untuk Contrast Jogja.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari tugas akhir ini antara lain :

- Memperoleh gelar Ahli Madya (AMD) di bidang Teknik Informatika.
- Sebagai sarana kampanye untuk memerangi penyebaran virus HIV dan AIDS.

- Dapat membuat iklan untuk media TV lokal dan nasional serta sosialisasi kegiatan yang dilakukan Contrast Jogja.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis mengembangkan beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian TA ini, yaitu sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan yang dilakukan di Contrast Jogja. Dari metode ini diperoleh data berupa pola penyebaran HIV dan AIDS, Serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan Contrast Jogja yang meliputi, close meeting, open meeting, konseling sebaya, pengembangan jejaring, turut serta dalam berbagai loka karya, home dan hospital visit, dan struktur organisasi.

2. Metode Wawancara

Dengan cara menanyakan secara langsung kepada narasumber yang terkait dengan HIV dan AIDS. Dari metode ini diperoleh data, jumlah penderita HIV dan AIDS hingga april 2010 tercatat di Yogyakarta mencapai 1.183 penderita dengan rincian 750 orang pengidap HIV dan 433 orang pengidap AIDS.

3. Metode Study Literatur

Yaitu membaca dan mempelajari literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas. Antara lain dengan membaca buku karya M Suyanto yang berjudul, Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia, Merancang Film Kartun Kelas Dunia.

1.7 Struktur Penulisan Laporan

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data, sistematika penulisan laporan, dan jadwal kegiatan.

2. BAB II : DASAR TEORI

Bab ini menguraikan tentang pengertian iklan televisi, sejarah iklan televisi di Indonesia, tujuan periklanan televisi, langkah-langkah pembuatan iklan televisi, elemen-elemen iklan televisi, konsep dasar animasi dan perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan iklan televisi 2D.

3. BAB III : TINJAUAN UMUM

Bab ini dijelaskan mengenai sejarah singkat dan informasi yang berkaitan dengan Contrast Jogja.

