

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini banyak museum yang menawarkan berbagai keunikan dari masing-masing daerahnya. Salah satunya adalah Museum Gunungapi Merapi. Museum ini diresmikan 1 Oktober 2009 oleh Purnomo Yusgiantoro selaku Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral(ESDM).

Museum yang dibangun diatas tanah seluas 3,5 hektar dengan bangunan induk seluas 4.470 meter persegi ini didalamnya terdapat pengetahuan, sepggal sejarah dan misteri-misteri yang berkaitan dengan Gunung Merapi. Bangunan pada bagian kepala yang berbentuk kerucut ini disamping menggambarkan perpaduan antara arsitektur modern dan tradisional menurut filosofi Hindu dianalogikan sebagai gunung berapi yang memberikan kehidupan bagi masyarakat disekitarnya.

Visi dan harapan dibangunnya museum ini adalah sebagai wahana baru dalam pengembangan ilmu kegunungapian skala nasional dan dunia serta mitigasi bencana.

Oleh karena itu, pengenalan terhadap masyarakat luas juga dibutuhkan. Salah satu medianya yaitu melalui pembuatan iklan televisi, meskipun melalui media internet orang mungkin sudah banyak yang mengetahui. Namun, akan lebih menarik jika dikemas dalam sebuah alur cerita yang dapat disaksikan di televisi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan tugas akhir yang berjudul “ **PEMBUATAN IKLAN MUSEUM MERAPI BERBASIS MULTIMEDIA** “.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang diatas, maka dapat ditarik perumusan masalah bagaimana membuat iklan Museum Gunungapi Merapi yang dikemas dalam sebuah video yang menarik untuk dipromosikan?

1.3 Batasan Masalah

Fokus pembahasan dibatasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup yang lebih kecil yaitu meliputi:

1. Profil perusahaan
2. Fasilitas
3. Dokumentasi dan informasi pada Museum Gunungapi Merapi
4. Software yang digunakan meliputi *Adobe After Effect CS 3*.
5. Hasil dari tugas akhir ini berupa iklan Museum Gunungapi Merapi berdurasi 30 detik.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat iklan Museum Gunungapi Merapi berbasis multimedia untuk dapat digunakan secara optimal dibidang iklan televisi sebagai berikut:

1. Sebagai persyaratan kelulusan jenjang Diploma-3 STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Membuat iklan televisi sebagai media promosi Museum Gunungapi Merapi kepada masyarakat luas.
3. Mengembangkan ide dan pola keilmuan dalam merancang suatu iklan multimedia.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut:

1. Menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke Museum Gunungapi Merapi.
2. Meningkatkan citra Museum Gunungapi Merapi.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Sebagai penunjang keakuratan penulis dalam informasi yang akan disampaikan maka diambil beberapa metode pengumpulan data yaitu:

1.6.1. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung di Museum Gunungapi Merapi.

1.6.2. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan General Manajer Museum Gunungapi Merapi beliau Bapak Suharno yang memberikan informasi serta perijinan dalam penelitian.

1.6.3. Metode Pustaka

Selain mengumpulkan data, dalam penyusunan tugas akhir juga dilakukan penelitian literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas, membaca buku-buku pustaka STMIK AMIKOM YOGYAKARTA sebagai referensi di dalam menganalisa data yang ada pada Museum Gunungapi Merapi.

1.7 Sistematika Penulisan

Penyusunan tugas akhir ini disusun secara sistematis yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan, sehingga diharapkan akan lebih mudah untuk mengerti dan mendapat manfaat dari penulisan ini. Adapun uraian singkat dari penulisan ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode pengumpulan data serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan secara teoritis tentang konsep dasar sistem informasi dan multimedia, pengertian iklan, sejarah iklan televisi, konsep dasar iklan, manajemen periklanan, video dan perangkat multimedia yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menguraikan tentang latar belakang Museum Gunungapi Merapi, visi dan misi, analisis strategi merancang iklan, analisis kegiatan pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan tahap-tahap implementasi penelitian, yaitu pemilihan perangkat keras dan perangkat lunak, memproduksi, pengetesan, konversi, dan pemeliharaan.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran isi " PEMBUATAN IKLAN MUSEUM MERAPI BERBASIS MULTIMEDIA ".

1.8 Langkah-Langkah Pembuatan Iklan

Langkah-langkah yang dilakukan dalam membuat iklan diantaranya:

1.8.1 Tahap Praproduksi

Langkah awal saat mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas, seperti pemilihan lokasi syuting, perkiraan biaya dan waktu. Mempelajari naskah, storyboard dan teknik produksi yang akan diterapkan.

1.8.2 Tahap Produksi

Periode selama iklan televisi diproduksi secara komersial. Kegiatan yang meliputi syuting, perekaman suara, pengaturan cahaya dan pemilihan kamera.

1.8.3 Tahap Pascaproduksi

Aktivitas yang meliputi pengeditan video, pemberian efek, perekam efek suara, memadukan audio dan video.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1.9 Jadwal Kegiatan

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan

JULI				AGUSTUS				SEPTEMBER			
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pegumpulan data		Pengambilan video		Editing video				Finishing			
Penyusunan naskah											