

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, turut mempengaruhi persaingan di dunia bisnis. Dengan teknologi informasi yang semakin tinggi para pesaing di dunia bisnis akan sangat membutuhkan jasa untuk mempromosikan penjualan produknya agar mencapai keefektivan pemasaran, sehingga mereka mau mengeluarkan biaya untuk keperluan promosinya tersebut. Salah satu cara untuk mencapai keefektivan pemasaran tersebut adalah dengan media iklan.

Sebuah iklan dapat dikatakan berkualitas jika iklan tersebut mampu menyampaikan isi dari iklan tersebut kepada para konsumennya. Karena kebutuhan promosi maka para pelaku dunia bisnis membuat iklan agar para konsumen tertarik menggunakan produknya. Para konsumen bisa menangkap isi iklan jika mereka mau mengikuti dan menyimak dengan seksama, untuk itu kita sebagai orang yang berkecimpung di dunia multimedia harus mampu membuat sebuah iklan yang mempromosikan produk tersebut dengan kemasan yang menarik dan mudah dipahami konsumen, sehingga konsumen tidak bosan terlebih dahulu melihat iklan tersebut sebelum iklan selesai di sampaikan.

Maka kualitas suatu iklan sangat berpengaruh terhadap kualitas pemasaran produknya. Jika suatu iklan dikemas dengan semenarik mungkin maka konsumen itu dapat tertarik dan bisa merespon isi pesan dari iklan

tersebut dengan mudah. Sehingga pihak produsen bisa mengambil hati para konsumen dan akhirnya produk yang di iklankan akan mendapat posisi di hati para konsumen yang akan berdampak pada hasil pemasaran yang diharapkan.

Penerapan multimedia ditujukan untuk aktivitas pemasaran, yaitu suatu media promosi. Ada berbagai cara untuk promosi yaitu meliputi periklanan, promosi penjualan melalui media cetak, penjualan perseorangan, public relation dan penjualan langsung. Keunggulan menggunakan multimedia adalah menarik orang untuk mendengarkan serta melihatnya dan menarik minat, karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, gerakan. Lembaga riset dan penerbitan komputer, yaitu computer technology research (CRT) menyatakan bahwa hanya mampu mengingat 20% dari apa yang dilihat dan 30% dari apa yang di dengar. Tetapi orang dapat mengingat 50% dari apa yang di lihat dan di dengar, dan 80% dari yang dilihat, didengar dan dilakukan sekaligus. Para pelaku multimedia menyatakan bahwa jika media ini dikombinasikan, maka efek yang dihasilkan melebihi jumlah bagian-bagiannya.

Multimedia dengan mendefinisikan ulang sistem informasi sebagai bagian nyata dari infrastruktur masyarakat. Multimedia memudahkan perusahaan melakukan merger dan aliansi, berkantor dirumah. Home shopping, bisnis dan iklan penerbitan elektrik, proses belajar mengajar, serata rekayasa ulang perusahaan, hingga multimedia sebagai alat pasar masa.

Banyak perusahaan melakukan merger atau aliansi dengan perusahaan lain, bahkan dengan pesaingnya. Profil dari masing-masing perusahaan sangat berpengaruh bagi citra perusahaan.

Berdasarkan pemikiran di atas, diperlukan suatu media sebagai sarana promosi yaitu company profile (untuk menonjolkan dari produk yang dijualnya) yang ditambah dengan media iklan. Media atau sarana tersebut diharapkan mampu memberikan informasi yang efektif dan efisien tentang hal-hal seputar home industri ciepoer sehingga dapat memberikan kontribusi semaksimal mungkin.

Salah satu trend dalam upaya penyampaian informasi adalah aplikasi multimedia, yang dapat menghasilkan animasi yang atraktif dan menarik. Informasi yang menarik biasanya mudah diingat dan langsung tepat ke sasaran serta dapat mempengaruhi image sarana promosi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis merumuskan masalah "Bagaimana menyatukan sebuah animasi 2D dengan benda nyata menggunakan metode kamera tracking yang mana hasil animasi 2D terlihat nyata?"

### 1.3 Batasan Masalah

Agar masalah yang ditulis dalam tugas akhir ini tidak terlalu luas dan menyimpang dari topik yang ada maka penulis perlu membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. Perancangan naskah dan storyboard

Membahas mengenai naskah dan storyboard iklan televisi Kerupuk Ikan Tengiri Ciepoer.

2. Sistem multimedia

Sistem multimedia ini sebagai media penyampaian informasi pada Kerupuk Ikan Tengiri Ciepoer.

3. Sistem operasi

Sistem operasi yang digunakan adalah Windows 7.

4. 2 Dimensi

Membahas pembuatan model/objek dari pada produk perusahaan yang akan dipromosikan, pembuatannya menggunakan software Photoshop dan Corel Draw. Pembuatannya hanya meliputi ikan 2D disatukan dengan video real.

5. Iklan Animasi

Iklan animasi yang berdurasi 15 detik sampai maksimal 30 detik, dengan menggunakan kamera DSLR Nikon D5000, Photoshop, Adobe Flash, After Effect, Adobe Premier.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Dengan didapatkannya pembahasan judul "*Pembuatan Media Promosi Iklan Kerupuk Tengiri Ciepoer Menggunakan Animasi 2D dan Kamera Tracking*" terdapat beberapa tujuan yaitu:

1. Membuat iklan televisi animasi berbasis 2D sebagai media promosi pada Kerupuk Ikan Tengiri Ciepoer.
2. Membantu Perusahaan untuk dapat memberikan pelayanan promosi produk dan diharapkan dapat bertambahnya jumlah konsumen.
3. Meningkatkan pengetahuan dan pola pikir penulis akan pentingnya promosi yang baik dalam dunia bisnis.
4. Agar dapat menerapkan ilmu yang didapat dan diperoleh gambaran secara nyata bagaimana cara membuat iklan animasi 2D secara maksimal.
5. Untuk memenuhi syarat kelulusan dalam meraih gelar Ahli Madya Diploma-3 jurusan Teknik Informasi.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian dapat melengkapi dan mendukung informasi tentang produk perusahaan yang akan dijual.
2. Memanfaatkan teknologi 2D dalam membuat iklan televisi sebagai media promosi produk perusahaan.
3. Sebagai pelengkap media promosi yang telah ada.

#### 1.6 Metodologi Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

### 1. Study kepustakaan

Metode pengumpulan data dengan cara membaca catatan kuliah yang berkaitan dengan tugas akhir ini dari buku-buku referensi, artikel-artikel, internet, serta mempelajari beberapa literature untuk mendapatkan dasar teori yang diperlukan dalam penyusunan Tugas Akhir.

### 2. Metode observasi

Metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung di tempat penelitian terhadap seluruh kegiatan yang dilakukan.

### 3. Konsultasi

Melakukan diskusi topik tugas akhir ini dengan dosen pembimbing dan teman-teman mahasiswa yang dapat membantu.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut:

### BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan diungkapkan gambaran keseluruhan berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode dan sistematika penulisan.

### BAB II. LANDASAN TEORI

Bab landasan teori menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail berupa definisi animasi dan sejarah animasi, obyek-obyek multimedia, fungsi animasi, sejarah periklanan dan software yang digunakan.

### BAB III. GAMBARAN UMUM

Bab ini diuraikan dan dijelaskan gambaran secara umum tentang Kerupuk Tengiri Ciepoer serta membahas praproduksi dan peralatan perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan.

### BAB IV. PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan tahap memproduksi sistem dan menjelaskan tampilan iklan agar mudah dimengerti.

### BAB V. PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran dikemukakan kembali tentang masalah penelitian dan apakah iklan yang telah dibuat layak untuk digunakan.

