

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan peristiwa social yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lainnya. Dan ini dapat dilakukan dimanapun tanpa mengenal tempat dan waktu atau dengan kata lain, komunikasi dapat dilaksanakan “ kapan saja dan di mana saja”. Dengan demikian komunikasi merupakan bagian dari kehidupan sehari – hari bahkan dapat dikatakan sebagai manifestasi kehidupan itu sendiri.

Perkembangan ilmu Komunikasi berkembang dalam segala hal, misalnya dalam teknologi informasi ada iklan televisi, website, iklan cetak. Teknologi informasi merupakan salah satu bentuk pemanfaatan dari kemajuan teknologi computer yang sangat mendasar. Karena kebutuhan masyarakat dunia akan informasi dewasa ini semakin meningkat, sehingga keberadaan computer dirasa sangat selaras dalam upaya pemenuhan kebutuhan tersebut. Sebagai salah satu aplikasi computer adalah multimedia periklanan televisi.

Multimedia merupakan salah satu cara yang tepat untuk mempermudah penyampaian informasi dalam bentuk audio video. Dengan adanya multimedia manusia bisa berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, teks, audio, animasi dan video. Selain itu multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih hidup dan menarik. Sebagai contoh, multimedia dapat digunakan untuk membuat iklan televisi, untuk keperluan

presentasi atau seminar, mendesain majalah dan membuat film-film animasi, seperti film-film kartun, bahkan pembuatan film cerita maupun pembuatan video klip musik.

Pemanfaatan multimedia di bidang periklanan, pertelevisian, dan broadcasting mempunyai andil yang sangat besar sebagai sarana informasi dan komunikasi. Dan saat ini pemanfaatan multimedia telah mencakup semua bidang khususnya dalam Perancangan iklan.

Yang kemudian menjadi pertanyaan adalah bagaimana untuk sampai ke tahap itu. Teknologi yang menyediakan sudah jelas ada, Artis, model ataupun obyek pun banyak. Yang luput adalah, bagaimana merancang iklan yang atraktif dan informatif, sehingga dapat menarik hati konsumen untuk membeli suatu produk yang di iklankan. Oleh karena itu penulis mencoba merancang Iklan KOPIKOPI Café Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian Latar Belakang Masalah diatas maka penulis dapat menarik akar permasalahan yang dihadapi, yaitu bagaimana merancang iklan yang atraktif dan informatif sehingga dapat menarik dan mengingatkan kepada konsumen bahwa KOPIKOPI Café telah buka kembali dan pindah alamat di Jl. Kartini 14A Sagan Jogjakarta.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dimaksudkan untuk memberikan arah yang lebih jelas bagi penulis untuk meneliti dan menentukan metode atau cara yang tepat dan cepat, serta tercapainya tujuan penelitian yang dilakukan. Sesuai dengan tema yang diangkat dan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian ini maka batasan masalah yang akan dipelajari adalah, memberikan pengetahuan mengenai dasar-dasar perancangan iklan dari proses pra produksi, produksi dan pasca produksi.

Dan menjelaskan bagaimana proses editing yang dilakukan dalam membuat iklan, serta menjelaskan cara penggunaan aplikasi video editing, sehingga menghasilkan sebuah iklan yang interaktif. Adapun software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini antara lain dengan menggunakan Adobe Premiere dan Adobe Audition serta didukung software lain sebagai pendukung. Sehingga iklan yang dibuat dapat mencapai hasil yang maksimal.

1.4 Tujuan

1.4.1 Internal

Pengertian internal yang dimaksud adalah penulis, dalam hal ini adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta adalah sebagai berikut :

- Dapat Mengembangkan ide dan pola keilmuan dalam merancang suatu aplikasi multimedia.

- ☞ Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh selama kuliah di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.
- ☞ Sebagai syarat kelulusan program Strata I jurusan Sistem Informasi pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.

1.4.2 Eksternal.

- ☞ Menambah pengetahuan tentang perancangan iklan TV.
- ☞ Sebagai referensi buat teman-teman/adik-adik kelas yang tertarik dalam iklan TV.
- ☞ Menambah perbendaharaan dan wawasan ilmu pengetahuan dalam teknologi informasi dan multimedia.
- ☞ Sebagai alternatif baru dalam menggali kemampuan dan meningkatkan kreatifitas diri dalam bidang Entertine dan juga di bidang Broadcast.

1.5 METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam pengumpulan data guna memperlancar proses pembuatan tugas ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

1.5.1 Interview

Yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung terhadap bagian yang terkait dengan penelitian, yang dapat

memberikan gambaran tentang apa itu Iklan dan bagaimana cara merancang sebuah Iklan yang Informatif dan menarik.

1.5.2 Kepustakaan

Yaitu metode yang dilakukan untuk mendapatkan data melalui telaah buku yang berhubungan dengan pembuatan Skripsi ini.

1.5.3 Dokumentasi

Dengan cara mengambil gambar (video), yang berhubungan dengan penelitian skripsi untuk dijadikan sebuah obyek pada program skripsi ini.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah penulisan tugas akhir ini, penulis menggunakan sistematika skripsi sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang masalah perkembangan teknologi, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan laporan,

BAB II. DASAR TEORI

Pada bab ini akan diuraikan teori tentang konsep dasar Iklan, Pengenalan Kamera Analog dan Digital, teori tentang video dan perangkat multimedia yang digunakan serta tabel kegiatan pembuatan iklan.

BAB III. ANALISA DAN PERANCANGAN IKLAN

Pada bab ini akan memberikan Penjelasan tentang analisis, pra produksi, produksi, pasca produksi.

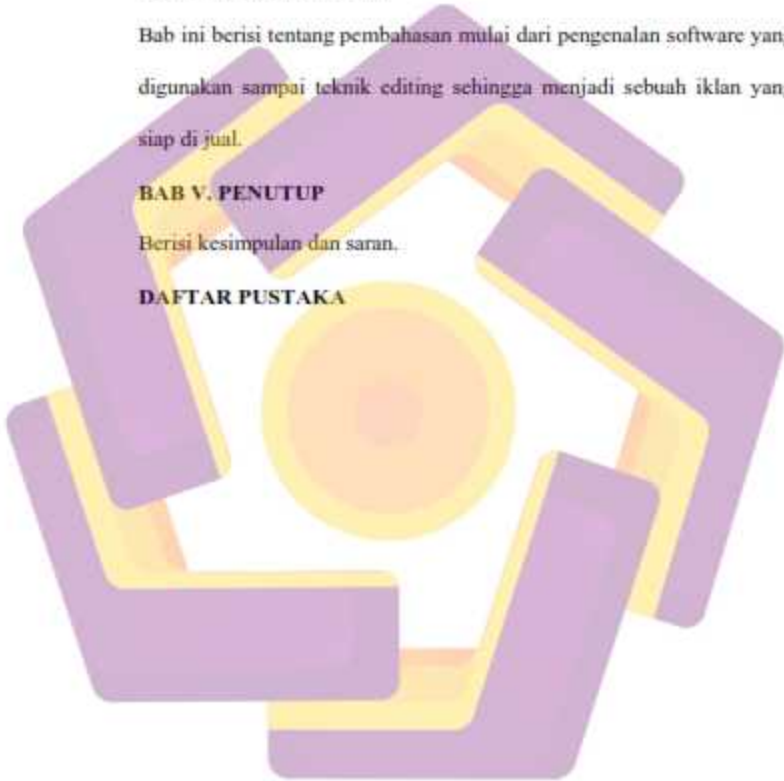
BAB IV. PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan mulai dari pengenalan software yang digunakan sampai teknik editing sehingga menjadi sebuah iklan yang siap di jual.

BAB V. PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA



Title : Schedule Produksi Iklan "kopikopi Cafe" Jojakarta
 Product : TV Commercial
 Duration : 15 detik
 Format : MPEG

DESCRIPTION	MONTH OF DECEMBER 2007																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
PRE PRODUCTION TIME																															
Pre production meeting 1																															
Reading & rehearsal																															
Equipment check list																															
Finally Pre production meeting																															
PRODUCTION TIME																															
Break day before shoot																															
Principal Photography																															
POST PRODUCTION TIME																															
Offline editing																															
Offline preview																															
Online editing																															
Audio mixing																															
Coloring																															
Online preview																															
Mastering																															

Tabel 1.1 Tabel Pelaksanaan produksi Iklan