

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan berkembangnya teknologi dan kemajuan ilmu pengetahuan sekarang ini, turut membantu manusia terutama dibidang teknologi informasi. Perkembangan pola pikir manusia yang senantiasa berubah ditunjang dengan kemajuan teknologi informasi dapat menghasilkan inovasi-inovasi yang lebih baik. Dengan teknologi informasi khususnya teknologi informasi berbasis multimedia diharapkan bisa memberikan peranan penting dalam proses penyaluran informasi.

Suatu informasi akan lebih jelas apabila ditampilkan dalam media yang dapat menggabungkan berbagai bentuk informasi yang ada. Dengan adanya multimedia manusia dapat berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, text, audio, video dan animasi sehingga informasi yang disajikan akan lebih jelas dan menarik. Teknologi multimedia juga dapat digunakan pada bidang pendidikan, pemasaran, publikasi, informasi dan lain-lain. Khususnya untuk bidang informasi berupa iklan animasi, multimedia menjadi salah satu media pendukung dalam penyampaian informasi.

Airbrand Indonesia merupakan komunitas iklan yang memiliki program dan kurikulum khusus bagi setiap anggotanya yang mana setiap pemberi materi langsung yang berkaitan dengan judul atau tema materi

yang di sampaikan, baik praktisi periklanan, ceo, account executive, finance suatu perusahaan, marketing, dan tentunya orang-orang yang paham dengan keahlian atau materi yang disampaikan. Dari tahun ke tahun kita menyadari bahwa dunia kreatif semakin pesat baik dari kalangan industry, layanan jasa, maupun studio, mereka menghasilkan sebuah ide, konsep dan hasil cipta yang kadang tidak pernah terpikirkan oleh kita. Sehingga komunitas ini berdiri sebagai wadah seluruh mahasiswa dari kampus yang berbeda untuk menjadi satu menciptakan hasil karya yang bisa dinikmati oleh khalyak umum, sebagai portfolio dan dapat mengikuti seluruh festival kreatif yang diadakan dari local maupun nasional.

Maka dari itu penulis tertarik untuk membuat iklan layanan masyarakat dengan judul Perancangan Iklan Televisi Pada Airbrand Indonesia Community Yogyakarta yang dapat digunakan sebagai media promosi dan menjangir para mahasiswa untuk bergabung bersama komunitas ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini adalah “Bagaimana merancang suatu iklan televisi berupa animasi untuk sebuah komunitas (study kasus Komunitas iklan Airbrand Indonesia)?”

1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup pemanfaatan teknologi multimedia sangat luas, sesuai fungsi penerapannya masing-masing dibidang yang berbeda. Untuk

memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup yang lebih sempit, yaitu software yang digunakan meliputi Adobe Photoshop CS3, Adobe Flash CS3, ruang lingkup penelitian penulis fokuskan pada komunitas iklan Airbrand Indonesia dan memilih media publikasi dalam bentuk iklan animasi. Iklan animasi ini ditujukan oleh remaja. Durasi iklan animasi promosi iklan ini selama 1 menit dan iklan ini akan ditayangkan pada saat kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Iklan Airbrand Indonesia.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini memiliki maksud yaitu :

1. Sebagai syarat kelulusan Program "D3" serta untuk memperoleh gelar "Ahli Madya (Amd)" di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta pada jurusan Teknik Informatika.
2. Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh selama studi di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.
3. Membantu dalam mempromosikan komunitas ini agar anggotanya bertambah dan ada ketertarikan bagi mahasiswa untuk ingin bergabung bersama komunitas iklan Airbrand Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Pada umumnya dibuatnya topik bahasan ini mengandung maksud dan tujuan sebagai berikut:

- a. Bagi komunitas Airbrand Indonesia membangun sebuah media promosi yang memanfaatkan perangkat lunak dan keras dapat membantu proses promosi
- b. Bagi dunia teknologi, memanfaatkan dan mengembangkan teknologi Adobe flash CS3, untuk pembuatan iklan animasi sebagai media promosi.
- c. Bagi masyarakat, sebagai alternatif metode baru dalam melihat dan memudahkan untuk proses belajar secara mudah dan menarik

1.6 Metode Pengumpulan Data

Agar data dapat diperoleh dengan akurat, maka penyusunan menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

1. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan cara meneliti komunitas Airbrand secara langsung. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data-data dan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

2. Studi Pustaka

Metode ini di gunakan untuk mengetahui lebih lanjut tentang sejarah komunitas Airbrand Indonesia Advertising untuk membandingkan secara teoritis dengan studi lapangan mengenai objek tersebut.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

Laporan ini akan disusun secara sistematis kedalam lima bab, masing-masing bab akan diuraikan sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data, sistematika penulisan laporan

2. Bab II Landasan Teori

Pada bab ini akan diuraikan mengenai konsep informasi, definisi informasi, sistem informasi, dan perangkat lunak untuk merancang iklan animasi dan hal-hal lain yang berhubungan dan mendukung dalam hal perancangan dan pembuatan tugas akhir ini.

3. Bab III Tinjauan Umum

Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran umum, sejarah singkat berdirinya organisasi, lokasi penelitian tugas akhir, visi dan misi sampai dengan struktur organisasi.

4. Bab IV Pembahasan

Pada bab ini akan dibahas tentang iklan animasi yang akan dibuat, Perancangan iklan berupa storyboard, termasuk didalamnya penjelasan tentang komponen-komponen yang digunakan untuk mendukung perancangan dan pembuatan animasi iklan tersebut.

5. Bab V Penutup

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang diberikan.

Daftar Pustaka

Lampiran - lampiran

