

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan digunakan oleh penulis karena Jafe Creative Studio belum memiliki pasar yang luas sehingga iklan merupakan upaya untuk pemasaran dengan strategi promosi dan komponen lainnya termasuk publisitas, relasi public, dan penilaian serta iklan mampu memberikan informasi pada orang lain.[1]

Pemilihan media televisi dari penulis karena media televisi mampu memperbaiki keterbatasan penyiaran radio serta kebekuan karakter iklan cetak dalam memberikan sarana promosi dan informasi, untuk penggunaan media televisi adanya kelemahan awal untuk penayangan yaitu data dari penonton terkait target audience dan berapa banyak penonton, sehingga penulis mengambil sample pada media lain yaitu paid promote pada instagram karena paid promote pada instagram dapat menentukan audience dari umur yang di sasar dan jam penayangan iklan.[2]

Penelitian dari pembuatan video iklan ini bertujuan untuk promosi yang berfungsi berkomunikasi ke pasar untuk menginformasikan, membujuk dan meningkatkan, pelanggan potensial akan produk dan jasa sehingga mempengaruhi opini pelanggan dan memperoleh respon yang diingat pembeli sepanjang masa, serta mendapatkan perhatian pelanggan dan ketertarikan yang

tinggi pada produk atau jasa yang mana dalam penelitian ini yaitu Jafe Creative Studio.[3]

Penerapan teknik pertama yaitu live shoot karena berfungsi untuk pengambilan footage dari studio dengan video shooting secara langsung yang memberikan real view kepada pelanggan dari setiap ruangan-ruangan foto dari Jafe Creative studio, untuk hasilnya akan masuk dalam pengerjaan editing untuk menyempurnakan hasil dari footage-footage live shoot jadi satu video sempurna.[4]

Penerapan teknik berikutnya yaitu motion graphic di pilih untuk menampilkan informasi dari Jafe Creative studio tentang harga paket-paket, alamat, contact person, serta kalimat ajakan untuk memilih Jafe Creative studio sebagai tempat foto yang tepat. Di satukan dalam desain grafis yang menarik dan komunikatif yang dinamis dan efektif.[5]

Jafe Creative adalah studio foto yang berlokasi di Klaten yang tepatnya di Jalan Kikis Taskombang, Ruko Baru Taskombang, Karang, Taskombang, Manisrenggo, Klaten. menyediakan studio foto dengan fotografer yang profesional dan paket-paket foto dengan harga yang terjangkau. Jafe Creative merupakan tempat usaha baru yang membutuhkan media promosi, sebenarnya Jafe Creative sudah memakai media sosial seperti instagram, namun pengunjung dan pengikut instagram Jafe Creative masih belum banyak hanya 9 pengikut saja dan tidak membuat pengaruh yang signifikan untuk mempromosikan studio foto Jafe Creative.

Maka dengan tambahan video iklan harapannya dapat menyempurnakan iklan promosi dan informasi pada studio foto Jafe Creative. Hal ini dapat dilihat dari desain dan pengaplikasian multimedia yang dapat memberikan daya ingat kepada konsumen dan dapat menaikkan citra pada bidang usaha [4], pembuatan video iklan ini dimaksudkan untuk menyampaikan kepada masyarakat luas yang menginginkan studio foto dengan fotografer profesional dan harga paket-paket yang terjangkau. Sehingga dapat memberikan informasi dan daya tarik kepada masyarakat, diharapkan dengan adanya iklan ini dapat menarik minat masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian dalam penyusunan Skripsi yang berjudul “ Perancangan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi dengan Teknik Live Shoot dan Penerapan Motion Graphic 2D pada Jafe Creative ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dirumuskan masalah yaitu : Bagaimana membuat video iklan televisi Jafe Creative sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini, dibatasi ruang lingkup yang lebih sempit yaitu :

1. Iklan Jafe Creative ini dibuat dengan durasi 30 detik.

2. Iklan berisi tentang fasilitas dan paket-paket yang ditawarkan di Jafe Creative.
3. Software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini yaitu, Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects, Adobe Illustrator.
4. Teknik yang digunakan live shoot dan penerapan motion graphic 2d.
5. Iklan akan ditayangkan melalui stasiun televisi RBTV dan Paid Promote Instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk objek Jafe Creative sebagai berikut :

1. Mempunyai media promosi sebagai promosi ke masyarakat.

Tujuan penelitian untuk penulis sebagai berikut :

1. Menerapkan ilmu pengetahuan yang pernah diperoleh saat kuliah
2. Sebagai penerapan ilmu yang telah didapatkan di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Sebagai salah satu syarat kelulusan program studi Strata 1 jurusan Informatika UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

Tujuan penelitian untuk Universitas Amikom Yogyakarta sebagai berikut:

1. Memperkaya referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk laporan skripsi bagi mahasiswa yang sedang mengambil skripsi.

1.5 Manfaat Penelitian

Periklanan televisi yang telah selesai dibuat dapat digunakan Jafe Creative Studio sebagai media promosi dan dapat membantu penyebarluasan informasi kepada masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, maka penulis melakukan beberapa langkah sebagai berikut :[13]

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode ini dilakukan dengan mengunjungi lokasi objek yaitu Jafe Creative yang berlokasi di Jalan Kikis Taskombang, Ruko Baru Taskombang, Karang, Taskombang, Manisrenggo, Klaten, untuk dapat dijadikan acuan perancangan. Selain itu juga pengumpulan data studi literature yang dapat mendukung perancangan. Observasi dilakukan pada Februari 2019.

2. Metode Interview

Metode ini dilakukan dengan wawancara atau Tanya jawab langsung kepada Pemilik Jafe Creative untuk mendapatkan referensi yang dapat dijadikan acuan perancangan, pelengkap informasi tentang iklan. Interview dilakukan pada Februari 2019.

3. Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan

perancangan iklan, penulis membuka search engine untuk mencari jurnal internasional tentang iklan. Literatur dilakukan pada Maret 2019.

1.6.2 Metode Analisis Data

Analisis terhadap objek yang akan diambil sumber datanya untuk keperluan pembuatan iklan.

1.6.3 Metode Perancangan Iklan

Penulis merancang proses pra produksi yang nantinya bisa mempermudah dalam proses pembuatan iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, dasar-dasar editing video, dasar-dasar efek visual dan software yang digunakan dalam proses editing video.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah iklan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan.

BAB V. PENUTUP

Bagian ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.