

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kamara Living merupakan UMKM yang menjual produk untuk kebutuhan dekorasi ruangan dan *daily stuff* seperti bantal, *wall decoration*, *table runner*, dan *scarves*. Sebagai UMKM yang masih berkembang dan banyak UMKM serupa yang bermunculan, Kamara Living harus mampu bersaing untuk menjadi yang lebih baik. Awal mula Kamara Living berdiri, Kamara Living menawarkan dan menjual produk mereka melalui toko online. Kesulitan dialami Kamara Living pada saat memperkenalkan produk terutama pada toko online, konsumen masih tidak bisa menilai produk secara langsung karena pada toko online hanya ditampilkan *preview* dari produknya saja. Kamara Living mulai mendirikan toko fisik di Yogyakarta dalam rangka pengembangan UMKM khususnya sebagai sarana konsumen untuk mengunjungi dan melihat langsung produk-produk dari Kamara Living. Selain itu untuk membuat *Branding* dari Kamara Living itu sendiri di Kota Yogyakarta sebagai penyedia produk kreatif dekorasi rumah dan *Daily Stuff*. Pengenalan profil, produk, serta memberikan promosi pada media promosi yang tepat diperlukan untuk menarik perhatian konsumen dan menjadi pengaruh besar terhadap reputasi Kamara Living Yogyakarta di mata konsumen.

Atas pertimbangan tersebut, iklan televisi dengan konsep *motion graphic* dapat dijadikan salah satu media promosi sekaligus media presentasi yang efektif untuk memperkenalkan produk dan menanamkan kepercayaan konsumen terhadap Kamara Living. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan dilakukan

dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Kamara Living Yogyakarta sebagai Media Promosi Menggunakan *Motion Graphic*”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang dan membuat Iklan Televisi Kamara Living sebagai media promosi menggunakan *Motion Graphic*?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Iklan ini dibuat untuk ditayangkan melalui media stasiun televisi RBTV yang memiliki *coverage area* wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.
2. Berdurasi 45 detik dengan standard penayangan PAL 24 frame/sec.
3. Perangkat Lunak yang digunakan dalam perancangan Iklan televisi Kamara Living meliputi Sistem Operasi Windows 10 Profesional, Corel Draw X7, Adobe Premiere CC 2016, Adobe Audition CC 2016 dan Adobe After Effects CC 2016.
4. Iklan dibuat untuk Kamara Living Yogyakarta sebagai media promosi dalam bentuk video yang mencakup informasi profil, pengenalan produk, dan promosi dari Kamara Living.
5. Peneliti menawarkan Animasi *motion graphic* yang diterapkan pada video iklan dan ikut serta dalam mendistribusikannya.
6. Penelitian hanya sebatas membuat sesuai dengan kebutuhan pihak

pemasaran kemudian diserahkan untuk dijadikan sebagai bahan promosi Kamara Living Yogyakarta.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun beberapa maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

a. Maksud Penelitian

1. Informasi yang disajikan dalam video iklan adalah mengenai Kamara Living Yogyakarta dan produk yang terdapat pada Kamara Living Yogyakarta.
2. Membuat Video Iklan yang ditayangkan di Stasiun Televisi sebagai media branding dan promosi serta diharapkan dapat menambah ketertarikan konsumen pada Kamara Living Yogyakarta.

b. Tujuan Penelitian

1. Membuat Video Iklan Televisi Kamara Living Yogyakarta menggunakan teknik Motion Graphic.
2. Memberikan sarana media informasi dan promosi dalam bentuk Video yang menarik, efektif dan efisien dalam pemberian informasi.
3. Menerapkan ilmu dan teknologi dalam penyampaian informasi sekaligus promosi Kamara Living Yogyakarta melalui video iklan.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mempermudah proses penelitian, peneliti membagi metode penelitian menjadi beberapa bagian dalam pengolahan data dan informasi yang digunakan untuk penyusunan skripsi ini, antara lain :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara kepada pemilik Kamara Living untuk mengetahui data dan hal apa saja yang perlu dicantumkan dalam pembuatan Iklan televisi.

b. Observasi

Yaitu merupakan suatu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mempelajari sistem, dengan cara mengamati objek penelitian.

c. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data melalui buku – buku dan materi yang berkaitan dengan proses pembuatan yang di peroleh di perpustakaan maupun file – file dari internet.

1.5.2 Metode Analisis

Menguraikan Iklan televisi untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan, dan kebutuhan yang diharapkan dapat di usulkan untuk perbaikan di masa mendatang.

1.5.3 Metode Perancangan

a. Ide Cerita

Suatu bentuk diskusi dalam rangka menghimpun gagasan, pendapat,

informasi, pengetahuan dan pengalaman sehingga menghasilkan ide-ide yang kreatif.

b. Naskah Cerita

Merupakan jalan cerita dari iklan televisi dalam bentuk teks.

c. Storyboard

Merupakan jalan cerita dari iklan televisi dalam bentuk gambar dengan pengorganisasian grafik. Contohnya adalah sederetan ilustrasi atau gambar yang ditampilkan berurutan untuk keperluan visualisasi awal.

d. Edlitting

Proses pengelolaan dan pemilihan gambar yang paling sesuai dengan storyboard seperti penambahan efek-efek visual, penggabungan video, pemotongan video, pengelolaan suara dan lain sebagainya.

e. Produksi

Proses ini merupakan tahap yang telah dilakukan sebelumnya. Memproduksi sistem multimedia yang dibagi dalam 3 tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian yang dibuat agar dapat memberikan penyajian Laporan yang mudah dimengerti dan terstruktur. Penelitian dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab dimana masing-masing bab terdiri dari sub-sub tertentu yang saling berkaitan, sehingga setiap bab saling melengkapi dan

berhubungan satu sama lain. Berikut adalah uraian singkat dari sistematika penelitian ini :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori dan referensi yang berhubungan dengan pembahasan pada tema yang diambil .

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan bagaimana analisis terhadap permasalahan yang ada dan perancangan aplikasi .

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bab yang membahas tentang implementasi aplikasi yang dibuat dan pengujiannya .

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang sudah dirumuskan kemudian di analisis dan dibahas pada bab bab sebelumnya.