

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media televisi merupakan salah satu media yang efektif untuk beriklan. Iklan merupakan media yang dipakai perusahaan dengan tujuan mengingatkan, membujuk, dan memberi informasi (Kotler, 1993). [1]

I-English Course & Training adalah salah satu Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris yang sedang berkembang di Yogyakarta. Dengan menempati lokasi kampus strategis di tengah kota Yogyakarta, yaitu di Jl. Glagahsari 68 Umbulharjo, Yogyakarta, hal ini sangat memudahkan bagi semua pihak untuk mencapai lokasi yang sangat dekat dengan pusat aktivitas di kota Yogyakarta.

Periklanan dapat dilakukan dengan melalui beberapa media, seperti media televisi. Dengan media ini pesan iklan dapat tersampaikan dalam bentuk visual, audio, dan gerak (Widyatama, 2006). Melalui media televisi, iklan mudah tersampaikan kepada konsumen. [2]

Televisi mempunyai kemampuan mempengaruhi bahkan membangun persepsi konsumen dengan kuat, sehingga konsumen lebih percaya pada perusahaan yang mengiklankandi televisi dari pada media lain (Mittal 1994). [3]

Berdasarkan hal tersebut maka, iklan ini dibuat untuk menunjukkan manfaat dan keunggulan i-English Course & Training dengan menambahkan animasi untuk menyampaikan program dan profil singkatnya menggunakan visual ilustrasi motion graphic.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik sebuah rumusan masalah yakni, “bagaimana membuat sebuah video iklan i-English Course & Training bisa menjadi media promosi yang menarik dengan penggunaan teknik motion graphic.

1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup dalam dunia periklanan sangatlah luas dan kompleks, maka dari itu agar lebih terperinci dan sesuai teknik pembuatan yang digunakan, maka penulis menetapkan batasan masalah berikut:

1. Pembuatan iklan dalam penelitian ini meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.
2. Iklan yang dibuat adalah iklan televisi.
3. Hasil implementasi motion graphic ini akan berbentuk iklan televisi berdurasi±30 detik dan akan tayang di RBTv.
4. Teknik yang digunakan dalam pembuatanvideo iklan ini menggunakan teknik animasi info graphic dalam bentuk motion graphic.
5. Perangkat lunak yang digunakan :
 - a. Adobe Premiere Pro CS6.
 - b. Adobe After Effect CS6.
 - c. Adobe Illustrator CS6

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Mengimplementasikan motion graphic dalam merancang iklan televisi untuk i-English Course & Training yang diharapkan dapat membantu kegiatan promosi dan publikasi sehingga mendorong masyarakat untuk menggunakan jasa bimbingan belajar sesuai dengan yang diharapkan iklan tersebut.
2. Didapatkannya contoh tahapan-tahapan dalam membuat sebuah iklan televisi dengan konsep animasi sebagai bekal di dunia kerja.
3. Menerapkan teknik-teknik pengeditan video yang telah dikuasai.

1.5 Metode Penelitian

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Dalam pembuatan skripsi ini penyusun menerapkan pengambilan data sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1.5.1.1 Metode Wawancara

Pengumpulan data melalui tatap muka dan tanya jawab kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lebih terinci serta akurat yang berhubungan dengan penelitian, antara lain Pimpinan i-English Course & Training dan Siswa yang belajar di i-English Course & Training.

1.5.1.2 Metode Observasi

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti, misalnya Tempat bimbingan belajar i-English Course & Training dan Sistem pembelajaran yang dihasilkan i-English Course & Training.

1.5.2 Identifikasi Masalah (Analisis Sistem)

Masalah merupakan suatu pertanyaan yang diinginkan untuk dipecahkan dan diselesaikan. Untuk menyelesaikan masalah, hal pertama yang harus dilakukan adalah identifikasi masalah penyebab timbulnya masalah dan kemudian bisa menganalisa sebuah sistem. Oleh karena itulah perlu dilakukan identifikasi masalah agar dapat diketahui masalah-masalah yang terjadi dalam sistem sebelum memasuki tahap produksi dan pasca produksi.

1.5.3 Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap dimana pembuat iklan mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum iklan televisi diproduksi secara nyata. Pemesan iklan televisi dapat menghemat biaya dengan menyusun perencanaan dengan baik sebelum memproduksi iklan. Pertama-tama yang harus dipikirkan produser pada tahap pra produksi adalah mempelajari naskah, storyboard, dan menganalisa teknik produksi yang akan diterapkan dalam produksi iklan televisi, teknik tersebut meliputi, live action, animasi, dan efek-efek optis (spesial).

1.5.4 Produksi

Tahap produksi adalah periode selama iklan televisi diproduksi secara komersial. Tahap ini meliputi kegiatan syuting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan dan pemilihan kamera.

1.5.5 Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan televisi diproduksi secara nyata untuk keperluan komersial. Kegiatan pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek special, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi, penggandaan, dan penyerahan atau penyiaran (untuk iklan TV)

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap skripsi ini, maka pembahasan dibagi dalam beberapa bab sesuai dengan pokok permasalahan, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memberikan uraian mengenai tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang penelitian dengan tema yang sama guna dijadikan sebagai referensi penulis dan teori - teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diambil penulis. Teori -

teori ini diambil dari literature - literature, dokumentasi, serta informasi dari berbagai pihak.

BAB III PRA PRODUKSI

Bab ini terdapat tinjauan umum tentang mempelajari storyboard, dan menganalisa teknik produksi yang akan diterapkan dalam produksi iklan televisi, teknik tersebut meliputi, live action, animasi, dan efek-efek optis (spesial).

BAB IV PRODUKSI DAN PASCA PRODUKSI

Bab ini merupakan tahapan kegiatan syuting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan dan pemilihan kamera, pengeditan, pemberian efek-efek special, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi, penggandaan, dan penyerahan atau penyiaran (untuk iklan TV).

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA