

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Savages Company merupakan salah satu unit usaha yang memproduksi produk fashion, yang terletak di Jalan Parangtritis Km. 5, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Savages Company memproduksi berbagai jenis produk, mulai dari T-Shirt, hoodie dan sweater. Sampai saat ini untuk mempromosikan produk – produknya, Savages Company menggunakan media sosial *Instagram*.

Berdiri sejak dua tahun yang lalu atau tepatnya pada tahun 2017, Savages Company ini terbilang produk yang baru sehingga belumlah dikenal luas oleh masyarakat. Setelah penulis melakukan penelitian pada obyek ini diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh Savages Company masih tentang seputar desain dari produk. Padahal produk Savages Company ini terbuat dari bahan *cotton combed 30s* yang dikenal sangat cocok di pakai di musim tropis karena bahannya sejuk dan adem. Jika promosi hanya seputar desain dari produk, promosi yang dilakukan pihak Savages Company ini masih dirasa kurang karena tidak diimbangi dengan kelebihan produk Savages Company.

Menurut penulis salah satu media promosi yang tepat bagi Savages Company untuk permasalahan diatas adalah menggunakan media video dengan animasi yang mampu memperlihatkan kelebihan produk. Penggunaan teknik dalam pembuatan video iklan juga harus tepat. Teknik yang digunakan dalam video disesuaikan dengan tema dan konsep iklan agar dapat menyampaikan informasi dengan jelas kepada konsumen. Penulis mengusulkan adanya penggunaan *live shoot* dan

animasi 3D. Penggunaan animasi 3D dapat digunakan untuk memvisualisasi kelebihan dari produk, dan memperlihatkan *scene* yang tidak bias diambil melalui *live shoot*. Teknik *live shoot* digunakan untuk pengambilan gambar *talent*.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pembuatan Video Iklan pada Produk Savages Company dengan Teknik animasi 3D”. Dengan penerapan dan animasi 3D, video iklan ini diharapkan dapat menarik minat pelanggan dan dapat menyampaikan informasi mengenai kelebihan dari produk Savages Company.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka penulis merumuskan permasalahan kesulitan yang terjadi adalah Bagaimana membuat iklan dengan penggabungan teknik *live shoot* dan animasi 3D pada produk *Savages Company*?”

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan masalah di atas, maka batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu :

1. Video iklan berupa *live shoot* dan animasi 3D dan berdurasi kurang lebih 40 detik.
2. Pembuatan video iklan ini hanya pada 3 produk Savages Company.
3. Pembuatan iklan meliputi tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

4. Peneliti menawarkan teknik *live shoot* dan animasi 3D yang diterapkan dan memproduksi iklan serta ikut dalam mendistribusikannya.
5. Video iklan ini digunakan untuk media promosi pada produk Savages Company.
6. Teknik yang digunakan menggunakan teknik *live shoot* dan 3D.
7. Iklan ditayangkan di akun Instagram Savages Company.
8. Iklan ini diuji oleh pemilik Savaegs Company dan komunitas multimedia dengan menggunakan kuisisioner.
9. Tahapan penelitian berakhir ketika video diserahkan ke pihak Savages Company.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Sebagai Syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh di Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Membantu memvisualisasikan kelebihan dari produk Savages Company yang belum terealisasi melalui media lama.
4. Mempromosikan produk Savages Company melalui video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot* dan 3D.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu yang didapatkan selama di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan aplikasi Blender, Adobe After Effect CC, Adobe Premiere CC, dan Adobe Photoshop CC.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dalam membuat iklan.

3. Bagi Savages Company

Dapat membantu Savages Company mempromosikan produknya kepada masyarakat.

4. Bagi Masyarakat Luas

Memberikan informasi mengenai produk Savages Company dan kelebihanannya.

1.6 Metode Penelitian

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi adalah mencari data dengan bertemu langsung dengan pemilik atau manajer objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan.

2. Metode Wawancara

Pada metode ini penulis melakukan wawancara kepada pemilik toko secara langsung untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan

3. Metode Kepustakaan

Metode yang diperoleh dari buku yang memiliki keterkaitan dengan pembuatan video iklan menggunakan Teknik 3D.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam pembuatan video iklan ini menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis.

1.6.3 Metode Pembuatan

Metode ini menjelaskan tentang proses pembuatan iklan dengan menggunakan Teknik 3D dari proses pembuatan animasi 3D sampai menjadi video iklan

1.6.4 Metode Evaluasi

Peneliti melakukan pengujian terhadap video iklan yang telah selesai dibuat menggunakan kuisioner dengan skala *Likert* kepada komunitas multimedia dan penonton. Sehingga dapat diketahui kelayakan video iklan yang dibuat.

1.7 Tahap Perancangan

Untuk memproduksi sebuah video iklan harus melalui tiga tahap yaitu pra-produksi, tahap produksi, dan pasca produksi. Masing-masing tahap tersebut akan mempengaruhi biaya dan kualitas.

1.7.1 Praproduksi

Perencanaan produksi memegang peranan penting sebelum memproduksi iklan. Beberapa hal yang harus dilakukan dalam perencanaan produksi antara lain memilih sutradara, menyeleksi penawaran, memilih agen yang membuat iklan (jika tidak, penulis dapat membuatnya sendiri), memerkirakan biaya dan waktu, membuat jadwal produksi, menentukan konstruksi iklan, persetujuan agensi dan pemesan, dan mengadakan pertemuan praproduksi.

1.7.2 Produksi

Produksi adalah periode selama iklan diproduksi komersial. Tahap ini meliputi kegiatan editing animasi 3D. Jika ingin membuat iklan

animasi 3D yang berdurasi 30 detik, paling tidak memerlukan waktu editing 1-5 minggu atau lebih.

1.7.3 Pascaproduksi

Pascaproduksi adalah periode di mana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan diproduksi secara nyata untuk keperluan komersial. Kegiatan pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi penggandaan, dan penyerahan atau penyiaran.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab yang masing – masing bab secara garis besar diurutkan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang pendahuluan yang mencakup penjelasan dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, manfaat dan tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab II akan diuraikan teori-teori berkaitan dengan penelitian dan mendasari perancangan video iklan yang didapat dari berbagai buku, *file* internet serta sumber – sumber lainnya.

BAB III ANALISIS dan PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang tahap pra produksi, seperti pembuatan konsep iklan,tema, perancangan iklan, dan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI dan PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai tahapan pembuatan iklan dari produksi sampai pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Pada bab V akan berisi tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh selama proses penelitian, serta kritik yang membangun untuk pengembangan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA