

BAB I

PENDAHULUAN

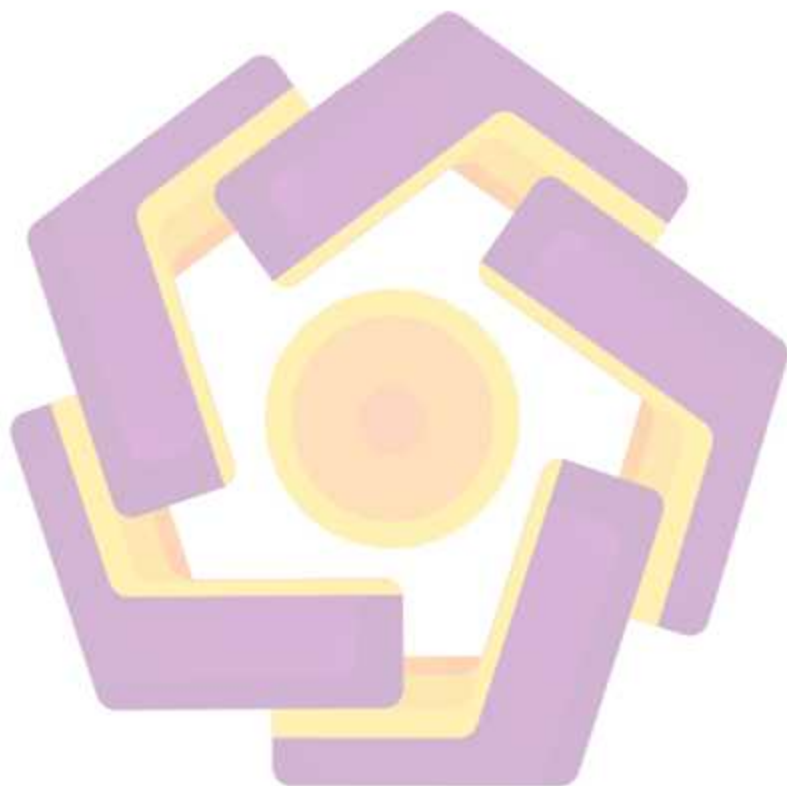
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bidang periklanan, yaitu periklanan dalam media televisi. Produk dan jasa akan lebih mudah dikenalkan kepada masyarakat luas, karena media televisi dapat menjangkau wilayah luas dalam satu waktu yang singkat, sehingga dalam penyampaian informasi dapat tersalurkan dengan baik. Kejelasan informasi pada segmen pasar terhadap produk yang diiklankan akan menghasilkan tanggapan positif dari konsumen yang akan memberikan keuntungan bagi produsen. Melalui video iklan mempromosikan sebuah produk dan jasa layanan akan lebih komunikatif.

Dalam proses perancangan dan pembuatan iklan digunakan live shoot dengan mengkombinasikan motion graphic. Metode ini merupakan gabungan live shoot dengan potongan elemen – elemen desain atau animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan film dan desain grafis.

Pesona Pingka Resto merupakan perusahaan restoran terletak di desa wedomartani sebelah timur dusun bakungan Yogyakarta. Perusahaan tersebut berkeinginan mempromosikan perusahaan sebagai media informasi dan promosi kepada masyarakat luas. Berdasarkan observasi

dari penulis, media yang dipakai untuk mempromosikan Pesona Pingka Resto saat ini masih menggunakan media cetak dan media sosial yang di dalamnya masih minim informasi.



Untuk mencakup jangkauan yang lebih luas lagi diperlukan adanya media lain sebagai media penyebaran informasi tentang Pesona Pingka Resto untuk memperoleh pengunjung yang lebih banyak.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian yang membahas teknik Live Shoot dengan mengkombinasikan Motion Graphic untuk iklan televisi dengan skripsi yang berjudul : "*Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Pesona Pingka Resto Yogyakarta*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan diatas, dapat diidentifikasi masalah yang timbul yaitu : Bagaimana membuat iklan Pesona Pingka Resto dengan teknik live shoot dan motion graphic untuk iklan televisi ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, memfokuskan pembahasan dalam batasan ruang lingkup yang lebih sempit yaitu :

1. Penelitian ini membahas tentang membuat video dengan teknik live shoot dan motion graphic untuk iklan Pesona Pingka Resto.
2. Software yang penulis gunakan adalah, Adobe Premier Pro CS6, Adobe After Effect CS6, dan Adobe Illustrator CS6.
3. Format standar iklan yang digunakan pada iklan Pesona Pingka Resto adalah HDTV (High Definition Television). Ukuran yang digunakan HD 1280 x 720p x dengan aspek Rasio 16:9
4. Hasil video akan ditayangkan di televisi.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

1. Memperkenalkan Pesona Pingka Resto kepada masyarakat luas melalui videoiklan.
2. Sebagai media referensi bagi pemula yang berminat pada teknik live shoot dan motiongraphic.
3. Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan “PesonaPingka Resto” sebagai media promosi yang dapat membantu dalam informasi dan promosi kepada masyarakat.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1.4.2.1 Bagi Penulis

1. Sebagai syarat utama dalam penyelesaian Program Studi SI untuk memperoleh gelar Sarjana Jurusan Sistem Informasi pada Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Agar memperoleh gambaran secara nyata bagaimana cara memproduksi iklan ditelevisi.
3. Sebagai media penerapan ilmu serta uji coba kerja sebelum terjun ke dunia kerja yang lebih mempunyai daya saing tinggi.

1.4.2.2 Bagi perusahaan

1. Membantu memfasilitasi perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran dalam proses komunikasi pemasaran agar masyarakat lebih mengenal Pesona PingkaResto.
2. Meningkatkan daya tarik masyarakat supaya berkunjung ke Pesona PingkaResto.

1.4.2.3 Bagi Masyarakat

1. Mendorong agar masyarakat tertarik untuk menjadi pelanggan di Pesona PingkaResto.
2. Agar masyarakat menangkap pesan yang disampaikan oleh perusahaan kepada khalayak ramai.

1.5 Metode penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Laporan penelitian ini di susun dengan metode-metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi
Penulis melakukan pengamatan secara langsung apa saja yang ditawarkan Pesona Pingka Resto, untuk memberi poin-poin penting yang akan disampaikan dalam iklan yang akan dibuat.

2. Metode Studi Pustaka

Penulis mengumpulkan data dari buku-buku dan segala materi yang berkaitan dengan proses produksi yang dapat diperoleh di perpustakaan, internet serta tempat observasi.

3. Metode Wawancara

Penulis bertanya dan berkonsultasi langsung dengan pihak Pesona Pingka Resto untuk mengumpulkan informasi dari seorang yang berwenang dalam perusahaan tersebut.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan untuk menguraikan permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah iklan yang dibuat dan analisis kebutuhan iklan.

1.5.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan gambaran bagaimana iklan dibentuk sesuai dengan rancangan yang telah di buat meliputi ide konsep hingga pembuatan Storyboard.

1.5.4 Metode Produksi

Metode memproduksi iklan dan alur produksi iklan yang akan dibuat.

1.5.5 Metode Testing

Metode testing dan evaluasi hasil produksi iklan yang telah dibuat dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan di televisi lokal Yogyakarta.

1.5.6 Metode Implementasi

Metode untuk mengimplementasikan karya yang dibuat sebagai karya ilmiah penulis.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab II akan menjelaskan landasan teori yang digunakan sebagai dasar untuk penelitian skripsi. Landasan teori berisi tinjauan pustaka dan dasar teori yang mendukung dilakukannya penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Pada Bab III dijelaskan mengenai analisis pada teknik motion graphic yang penulis bahas, profil singkat Pesona Pingka Resto Yogyakarta, dan analisis mengenai Pra Produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV membahas tentang proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas pada BAB III, yaitu pada tahap Produksi dan Pasca Produksi.

BAB V PENUTUP

Pada Bab V membahas tentang kesimpulan serta saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan laporan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang referensi yang digunakan dalam pembuatan iklan.

LAMPIRAN

Berisi tentang informasi atau data yang dibutuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasan.

