

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Himove Production adalah Perusahaan yang bergerak dalam bidang multimedia yang resmi didirikan oleh Helmy Nawan pada tanggal 10 Oktober 2015. Perusahaan ini beralamat di Jalan Nusa Indah 151 Perumnas, Condong Catur, Sleman, Yogyakarta. Himove Production telah lama bergerak di bidang multimedia dari tahun 2008 – 2015 (tanpa berbadan hukum) dan di tahun 2015 Himove Production resmi menjadi perusahann berbadan hukum hingga sekarang. Game Super Falcao adalah salah satu contoh aplikasi game berbasis android yang di produksi oleh Himove Production.

Game Super Falcao ini sudah terdaftar di playstore dan memiliki jumlah pengunduh sampai 1.000 orang, akan tetapi walau sudah terdaftar di playstore dan memiliki jumlah pengunduh yang cukup banyak pemilik perusahaan menargetkan untuk meningkatkan jumlah pengunduh. Game Super Falcao ini belum memiliki pemasaran yang luas, saat ini Himove Production masih mengandalkan relasi dari mulut ke mulut dan media sosial untuk memperkenalkan game nya pada masyarakat. Pada penelitian ini, pemilik perusahaan mengusulkan untuk menggunakan video iklan untuk menyampaikan agar lebih mudah dimengerti oleh audien.

Dari permasalahan diatas penulis melihat peluang untuk menciptakan suatu media promosi pada Game Super Falcao melalui sebuah video dengan menerapkan teknik

Live Shoot dan *Motion Tracking Animated* yang nantinya video promosi tersebut akan dipublikasikan di channel youtube dan instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “*Bagaimana merancang dan membuat iklan Game Super Falcao pada CV Himove Production sebagai media promosi, menggunakan video livenesshot dan teknik motion tracking animated?*”.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembatasan, sebagai berikut :

1. Durasi video iklan 60 detik
2. Video iklan ini merupakan *livenesshot* dengan penambahan teknik *motion tracking animated*
3. Konten yang ditonjolkan pada iklan ini adalah permainan dalam game
4. Video iklan ini hanya sampai uji coba kepada pihak Himove Production
5. Dikemas dengan format file video .Mp4 dengan kualitas HD 1280 x 720p.

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Membuat dan merancang video iklan Game Super Falcao sebagai media promosi.
2. Membantu Pembuat Game mampu bersaing dengan pembuat game yang lain dalam segi pemasaran.

3. Agar Game Super Falcao diketahui oleh seluruh masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1. Dengan adanya video iklan ini, diharapkan meningkatkan minat masyarakat khususnya daerah Yogyakarta untuk membeli dan mencoba game ini.
2. Mempunyai suatu media promosi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan game Super Falcao

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain :

1.6.2 Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke kantor Himove Production oleh penulis untuk mendapatkan data secara spesifik.

1.6.3 Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan – pertanyaan yang di tujukan secara langsung kepada pemilik Himove Production

1.6.4 Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam metode studi pustaka.

1.6.5 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pengambilan gambar. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pascaproduksi yang meliputi *compositing* dan *rendering*.

1.6.6 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan naskah, storyboard dan biaya produksi yaitu tahap praproduksi yang nantinya dapat memperlancar proses pembuatan iklan.

1.6.7 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan dihadapan objek penelitian yang akan ditayangkan di *channel Youtube* dan media sosial *Instagram*.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada BAB III ini adalah gambaran dari Game Super Falcao. Serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan iklan tersebut.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dalam penulisan skripsi berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil dari pihak Himove Production terhadap iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan yang dibuat.

DAFTAR PUSTAKA