

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media. Pemanfaatan animasi pada video terkadang memberikan daya tarik tersendiri. Video iklan adalah sebuah media pemasaran yang efektif dan efisien. Untuk menarik minat beli konsumen dibutuhkan video iklan yang menarik. Penggunaan unsur multimedia yaitu: video, teks, gambar, animasi dan suara membantu penyampaian informasi menjadi lebih jelas serta lebih mudah di mengerti oleh konsumen. Dalam sebuah iklan dimungkinkan juga menggunakan *motion graphics*, *live shoot* dan *green screen*.

Griya Gandung merupakan usaha yang menyediakan jasa untuk membuat pakaian seperti kebaya wisuda, wedding, butik maupun untuk pakaian berbagai acara. Griya Gandung yang berlokasi di Berbah, Sleman mengedepankan pelayanan dan memberikan kualitas terbaik terhadap semua kebutuhan dengan dukungan sistem, infrastruktur dan sumber daya manusia yang profesional. Selama ini promosi yang dilakukan oleh Griya Gandung dapat dikatakan masih konvensional, karena pengiklanannya masih menggunakan brosur dan dari mulut ke mulut. Cara tersebut kurang efektif mengingat kemajuan teknologi pada saat ini. Hal ini membatasi ruang

lingkup penyebaran informasi terhadap produk jasa yang akan ditawarkan
oleh Griya



Gandung kepada konsumen. Dari keterangan di atas maka penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian dengan judul **“Pembuatan Iklan Televisi Griya Gandung Yogyakarta”**. Maka dengan adanya media promosi berupa video iklan dapat membantu menyebarkan informasi dan bisa mencapai tujuan yang maksimal, karena media video lebih memiliki banyak kelebihan dibanding media promosi lainnya.

Dalam pembuatan iklan digunakan *motion graphics*, *live shoot*, dan *green screen*, yang diharapkan mampu memaksimalkan penggunaan video iklan sebagai media promosi. Dengan ditambahkan penggunaan visual effect, diharapkan dapat lebih menarik konsumen untuk melihat video iklan. Dengan melihat video iklan, konsumen dapat memahami materi yang disampaikan, sehingga akan menarik minat beli konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan Griya Gandung.

Maka dari video iklan Griya Gandung dibuat untuk mempublikasikan dan menyebar luaskan informasi mengenai usaha Griya Gandung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah **“Bagaimana membuat video iklan untuk Griya Gandung dengan menerapkan teknik *live shot*, *green screen*, dan *motion graphics*?”**

1.3 Batasan Masalah

Dengan tujuan untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia yang lebih kecil, yaitu:

1. Hasil penelitian ini akan berbentuk video iklan berdurasi 30 detik.
2. Penelitian hanya membahas pada teknik dan membuat iklan sesuai dengan apa yang sudah di informasikan dari objek.
3. *Software* yang digunakan yaitu: Adobe After Effect Cs 6, Adobe Premiere CS6 dan Adobe Photoshop CS6.
4. Iklan video tersebut di render dengan ukuran 1280 x 720 pixel dengan format file video Mp4.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Membuat media promosi produk Griya Gandung agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Mempermudah pemilik Griya Gandung dalam mempromosikan produknya.
3. Sebagai salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Diploma 3 Jurusan Manajemen Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang obyek permasalahan dari penelitian, yaitu:

1. Observasi

Suatu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mempelajari sistem dengan cara mengamati langsung objek penelitian.

2. Wawancara

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung mengenai perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas.

3. Studi Literatur

Suatu teknik pengumpulan data dengan membaca buku-buku pustaka yang merupakan penunjang dalam memperoleh data untuk melengkapi dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika yang di gunakan penulis akan memuat uraian secara garis besar dari isi tugas akhir dalam tiap bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang iklan dan menampilkan teori tentang *motion graphic*, *Live Shoot*, *Green Screen* dan tahap-tahap dalam pembuatan iklan serta menjelaskan tentang *software* yang akan digunakan.

BAB III TINJAUAN UMUM

Dalam bab ini akan menguraikan tentang sejarah singkat, visi, dan misi, struktur organisasi, serta data-data lainnya yang diperoleh dari Griya Gandung yang kami jadikan sebagai objek penelitian untuk tugas akhir.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana mengimplementasikan teknik *motion graphics*, *live shoot*, dan *green screen* pada iklan Griya Gandung dan akan menjelaskan perancangan secara teknis serta memaparkan hasil.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran.