

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan *motion graphic* pada industri periklanan di Indonesia saat ini dapat kita lihat dari maraknya iklan yang menggunakan teknik *motion graphic* yang semakin berkualitas dan kreatif. *Motion graphic* merupakan gabungan dari potongan-potongan desain yang berbasis media visual. Sekarang ini, banyak industri periklanan yang memanfaatkan *motion graphic* dalam pembuatan video iklan, baik secara keseluruhan menggunakan *motion graphic* atau penggabungan antara *motion graphic* dan *live shot*. Iklan dengan cara animasi digunakan untuk memvisualisasikan objek-objek yang tidak bisa divisualisasikan dengan cara *live shot* dan untuk membuat animator lebih leluasa dalam menerapkan kreatifitasnya, serta untuk lebih menghemat waktu dan biaya pengeluaran.

Omah Wayang adalah suatu lembaga pendidikan non-formal kesenian Jawa pertama dan satu – satunya di Klaten yang didirikan pada 28 September 2003. Selain menawarkan pagelaran wayang, ketoprak, dan menjual seni-seni karya Omah Wayang, lembaga ini juga memberikan beberapa pelayanan kursus seperti karawitan, pendalangan, sinden, dan lain-lain dengan visi membentuk manusia yang berbudaya, berdayaguna, dan pembelajar seni budaya. Lembaga yang awalnya hanya berfokus pada penyedia jasa pagelaran wayang ini, saat ini juga memfokuskan untuk berbagi ilmu dan mengajarkan berbagai macam seni melalui program kursus.

Media untuk memperkenalkan kursus yang ada di Omah Wayang masih menggunakan model lama. Adapun model tersebut diantaranya dengan menggunakan brosur, website dan informasi dari orang-orang. Informasi tersebut masih membutuhkan ilustrasi - ilustrasi seperti keunggulan Omah Wayang yang sebenarnya dapat menjadi nilai tambah dalam promosi. Diantaranya adalah Omah Wayang memiliki kerjasama dengan beberapa sanggar untuk mengirim murid didik yang berprestasi guna menimba ilmu lebih dalam mengenai kesenian Jawa. Omah Wayang bekerjasama dengan humas SetDa Klaten, DisParBudPOra, serta beberapa perusahaan dan lembaga di Klaten untuk acara tertentu yang diikuti oleh murid didik.

Dalam pembuatan media promosi baru melalui iklan, penulis mengusulkan iklan berupa video pada Omah Wayang Klaten. Dengan video *motion graphic* informasi mengenai keunggulan-keunggulan Omah Wayang Klaten dapat diilustrasikan, sehingga informasi yang disampaikan lebih jelas karena video mengandung 5 unsur multimedia sekaligus yaitu : video, text, gambar, animasi, dan suara yang tidak bisa ditampilkan lewat media cetak.

Dari permasalahan yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa pentingnya sebuah media berupa iklan video guna mendukung kebutuhan promosi, maka penulis mengambil tugas akhir dengan judul

“Pembuatan Iklan Omah Wayang Klaten sebagai Media Promosi”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat ditarik sebuah rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

“Bagaimana membuat video iklan Omah Wayang Klaten sebagai media promosi ?”

1.3 Batasan Masalah

Karena luasnya penelitian ini, maka penulis membatasi hanya pada :

1. Objek penelitian dalam iklan televisi ini adalah Omah Wayang Klaten.
2. Teknik dalam pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shot* dan animasi *motion graphic*.
3. Video iklan Omah Wayang berdurasi 2 menit.
4. Menginformasikan program kelas, lokasi, keunggulan dan promosi yang ditawarkan Omah Wayang Klaten.
5. Hasil akhir akan diserahkan pada pihak Omah Wayang Klaten.
6. Iklan menjadi kewenangan Omah Wayang untuk menayangkan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membuat video iklan tentang lembaga pendidikan non-formal di Omah Wayang Klaten dengan teknik *live shot* dan *motion graphic*.
2. Memperkenalkan Omah Wayang Klaten kepada masyarakat luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian adalah :

1. Sebagai media promosi Omah Wayang.
2. Agar Omah Wayang lebih dikenal oleh masyarakat luas, tidak hanya di Klaten tetapi juga di seluruh Indonesia.
3. Media informasi mengenai program kelas, lokasi, keunggulan serta promo yang ditawarkan di Omah Wayang Klaten kepada para konsumennya.
4. Mampu mengembangkan diri dibidang animasi dan desain serta mampu membuat iklan dengan teknik *live shot* dan *motion graphic*.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data atau informasi yang benar, akurat, dan relevan sesuai dengan masalah yang dihadapi pada penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode penelitian sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Dalam metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung maupun tidak langsung terhadap Omah Wayang Klaten untuk mendapatkan point-point penting yang berhubungan dengan pembuatan iklan.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan berkomunikasi secara langsung baik dengan ketua dan pendiri lembaga maupun sumber-sumber lain yang termasuk anggota lembaga tersebut dengan mengajukan pertanyaan secara lisan berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan untuk mendapatkan informasi dan data yang lebih akurat

1.6.2 Metode Produksi

Gambaran bagaimana iklan Omah Wayang Klaten dibuat, mulai dari tahap menentukan konsep, merancang isi dari iklan, merancang naskah, merancang storyboard hingga produksi iklan.

1.6.3 Implementasi

Merupakan suatu tahapan dimana sistem telah bekerja sesuai fungsinya dan berguna untuk mencapai tujuan. Dalam pengimplementasian Omah Wayang ditayangkan di youtube.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulis dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan tugas akhir, untuk itu penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang beberapa teori yang yang dijadikan sebagai landasan untuk penelitian penulisan tugas akhir, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan, dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan yang mencakup kajian pustaka, dasar teori kutipan, judul gambar dan tabel.

BAB III TINJAUAN UMUM

Bab ini berisi tentang tinjauan umum yang berisikan tentang gambaran umum objek sebagai bahan penelitian.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang penerapan pembuatan yang dilakukan dan pembahasan iklan yang dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan dari iklan yang dibuat dan saran untuk lebih memperbaiki iklan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber *referensi* penulis dalam penulisan tugas akhir.

LAMPIRAN