

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sky Shoes Clean adalah tempat cuci sepatu yang berlokasi di Yogyakarta yang tepatnya di Jalan Nusa Indah No.153, Condong Catur. Sky Shoes Clean menyediakan jasa cuci sepatu menggunakan alat-alat profesional dengan harga yang terjangkau. Sky Shoes Clean merupakan tempat usaha baru yang membutuhkan media promosi, sebenarnya Sky Shoes Clean sudah memakai media sosial seperti instagram, namun pengunjung dan pengikut instagram Sky Shoes Clean masih belum banyak dan belum memiliki iklan dalam bentuk video sehingga tidak membuat pengaruh yang signifikan untuk mempromosikan Sky Shoes Clean.

Periklanan televisi merupakan media yang dapat memberikan sarana promosi dan informasi, adanya iklan televisi memperbaiki keterbatasan penyiaran radio dan kebakuan karakter iklan cetak. Selain itu iklan televisi juga merupakan iklan yang dapat menjadikan jangkauan yang lebih luas dan membuat karakter lebih hidup. Dalam tulisannya M.Suyanto dengan perkembangan teknologi, desain dan aplikasi multimedia iklan televisi mampu menjadi media promosi informasi yang sangat baik bagi instansi. Iklan televisi merupakan kombinasi dari gambar bergerak, suara, dan kesegaran.

Motion Graphic dikalangan broadcast memiliki kehadiran yang sangat kuat, seperti halnya komersial grafis, hiburan atau entertainment, promo atau opening sebuah program, grafik berita dan grafis yang penempatannya pada produk-produk iklan komersial. Motion graphic yang akan di implemantasikan pada video iklan sky shoes clean yaitu tentang pencucian sepatu yang menggunakan sikat khusus dan sabun khusus yang dapat membersihkan sampai ke bahan sepatu namun tidak bisa di lihat secara langsung maka pengaplikasian motion graphic akan membantu mengilustrasikan pada video iklan sky shoes clean.

Live Shoot adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang mempunyai alur serta dipadu dengan kejadian lainnya dan disusun pada suatu proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut dan juga pengaplikasian multimedia yang dapat memberikan daya ingat kepada konsumen dan dapat menaikan citra pada bidang usaha. Pembuatan video iklan ini dimaksudkan untuk menyampaikan kepada masyarakat luas yang menginginkan mencuci sepatu dengan tenaga profesional dan harga yang terjangkau. Sehingga dapat memberikan informasi dan daya tarik kepada masyarakat, diharapkan dengan adanya iklan ini dapat menarik minat masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian dalam penyusunan Skripsi yang berjudul "Perancangan Iklan Televisi Sebagai Media

Promosi Pada Sky Shoes&Clean Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Motion Graphic”.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana merancang sebuah iklan televisi pada Sky Shoes&Clean menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic.”

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini, dibatasi ruang lingkup yang lebih sempit yaitu :

1. Penelitian dilakukan menggunakan *live shoot dan motion graphic*.
2. Penulis hanya membahas *live shoot and motion graphic* pada iklan bukan membahas dampak dari pembuatan iklan ini.
3. Format standar iklan yang digunakan pada iklan Sky Shoes Clean adalah PAL.
4. Pengujian akan di lakukan langsung oleh Fahri selaku professional videographer.
5. Pengujian video akan meliputi teknik live shoot, teknik motion graphic dan visual effect dari video iklan dalam menyampaikan informasi.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan penulis dalam melakukan penelitian serta menyusun Skripsi ini sebagai berikut :

1. Pembuatan video iklan televisi Sky Shoes Clean sebagai media promosi.
2. Penerapan teknik live shoot dan motion graphic pada video.

1.4.2 Manfaat penelitian untuk objek Sky Shoes Clean sebagai berikut :

1. Mempunyai Media promosi sebagai promosi ke public.
2. Menambah jumlah pelanggan.

1.4.3 Manfaat penelitian untuk penulis sebagai berikut :

1. Menerapkan ilmu pengetahuan yang pernah diperoleh saat kuliah.
2. Sebagai penerapan ilmu yang telah didapatkan di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Sebagai salah satu syarat kelulusan program studi Strata 1 Informatika UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

1.4.4 Manfaat penelitian untuk Universitas Amikom Yogyakarta sebagai berikut :

1. Memperkaya referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk laporan skripsi bagi mahasiswa yang sedang mengambil skripsi.
2. Menambah lulusan sarjana dari Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, maka penulis melakukan beberapa langkah sebagai berikut.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai objek dan permasalahan yang akan diteliti.

2. Observasi

Metode ini digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengamati dan menentukan poin-poin penting yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

3. Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

1.5.2 Metode Analisis Data

Analisis terhadap objek yang akan diambil sumber datanya untuk keperluan pembuatan iklan.

1.5.3 Metode Perancangan Iklan

Penulis merancang proses praproduksi yang nantinya bisa mempermudah dalam proses pembuatan iklan.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

BAB I.PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB II.LANDASAN TEORI

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan,dasar-dasar editing video, dasar-dasar efek visual dan software yang digunakan dalam proses editing video.

BAB III.ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah iklan.

BAB IV.IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan.

BAB V.PENUTUP

Bagian ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.

