

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di kalangan masyarakat sudah berkembang sangat pesat. Dengan perkembangan teknologi tersebut dapat di manfaatkan oleh manusia dalam menyampaikan pesan. Perkembangan teknologi yang ada dapat di manfaatkan untuk membuat sebuah iklan televisi. Penggabungan Antara teknik *live shoot* dan animasi 2D adalah sebuah kombinasi untuk membuat iklan televisi. Dengan menggabungkan kedua teknik tersebut di harapkan mampu menyajikan informasi dan mempromosikan Art Box Store.

Art Box Store adalah toko berdiri sejak oktober tahun 2014. Di dalam Art Box Store terdapat toko yang menjual berbagai macam sepatu original yang berada di lantai satu (Tosco), Selain itu tersedia jasa perawatan dan perbaikan sepatu yang berada di lantai dua (basicleaner). Para konsumen Art Box Store sendiri kebanyakan adalah seorang mahasiswa dan pelajar, maka dari itu suatu keuntungan karena Yogyakarta adalah sebuah kota pelajar.

Menurut Tri Joko Suahyo selaku manajer Art Box Store, banyak yang masih belum mengetahui apa saja jasa dan keunggulan yang ada di Art Box Store. Sementara selama ini Art Box Store mempromosikan ke masyarakat luas dengan media *visual* berupa poster dan brosur untuk di publikasikan dan menyampaikan informasi melalui media cetak dan media sosial. Namun permasalahanya, poster dan brosur yang di sebar luaskan hanya berisi teks dan gambar. Pesan yang di sampaikan belum menyampaikan informasi secara lengkap

dan jelas. Untuk mengisi kekurangan media cetak sebagai sarana *advertising*, maka iklan televisi menjadi solusi dari masalah tersebut. Menurut M.Suyanto (2005) adanya iklan televisi memperbaiki keterbatasan penyiaran radio dan kebekuan iklan cetak. Selain itu, iklan televisi menjadikan jangkauan lebih luas dan membuat karakter lebih hidup... [1]. Sehingga promosi menggunakan iklan televisi bias memperbaiki keterbatasan poster dan brosur, serta menjadikan jangkauan penyiaran lebih luas.

Dengan adanya latar belakang masalah tersebut, Art Box Store membutuhkan sebuah iklan televisi yang di dalamnya terdapat teknik *live shoot* dan animasi 2D. Iklan tersebut dapat menyampaikan informasi tentang Art Box Store dan membantu mempromosikan Art Box Store kepada masyarakat luas dengan jelas dan menarik.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana membuat iklan televisi Art Box Store dengan menerapkan *live shoot* dan animasi 2D?

### 1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Iklan Ruang lingkup penelitian ini adalah tahap produksi dan testing video.
2. Iklan ini akan ditayangkan di televisi.

3. Iklan ini juga akan di upload di *Youtube, Instagram, Facebook* dan proyektor *screen* di saat *Art Box Store* menjadi *sponsorship*.
4. *Software* yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah *Adobe Premiere CC 2018*, Selain itu didukung software multimedia lainnya yaitu, *Corel Draw 2019, Adobe After Effect CC 2018* dan *Media Player Classic Home Cinema*.
5. Perangkat keras yang digunakan berupa *PC* dengan prosesor *intel core i5* ,kamera *Sony A6000*, sepaket lensa analog *nikor*, *Tripod*, *Lampu led*, *Stabilizer*.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

1. Sebagai syarat kelulusan untuk menyandang gelar *Sarjana Komputer* pada *Universitas Amikom Yogyakarta*.
2. Menerapkan membuat iklan televisi dengan menggunakan *live shoot* dan animasi *2D*
3. Membuat iklan televisi *Art Box Store* sebagai sarana promosi
4. Memperkenalkan *Art Box Store* pada masyarakat luas

#### **1.5 Metode Penelitian**

##### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam laporan penelitian adalah sebagai berikut :

##### **1. Studi Literatur**

Dalam studi ini, mengacu pada studi pustakan maupun referensi lain yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari sumber buku atau

*ebook* maupun dari sumber media internet sebagai acuan dalam merancang penelitian ini.

## 2. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan cara dengan melakukan tanya jawab langsung pada pihak objek penelitian yaitu pada Art Box Store

## 3. Metode Observasi

Metode yang melakukan pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan serta pencatatan langsung terhadap objek penelitian.

### 1.5.2 Metode Analisis

Pada tahap analisis, dilakukan proses identifikasi menggunakan model analisis SWOT, analisis kebutuhan, dan analisis kelayakan.

### 1.5.3 Metode Perancangan

Melakukan langkah-langkah praproduksi yang meliputi perancangan naskah, storyboard, dan teknik produksi yang akan diterapkan.

### 1.5.4 Metode Pengembangan

Melakukan langkah-langkah pada tahap produksi yang berupa shooting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan, dan pemilihan kamera. Setelah itu, masuk tahap pasca produksi yang berupa *editing* dan pemberian animasi 2D, memeriksa hasil sementara *editing*, *rendering*, *testing*, dan penyerahan video kepada Art Box Store.

### 1.5.5 Metode Testing

Metode testing yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan metode testing *skala likert* apakah iklan televisi yang dibuat sudah sesuai dengan pihak Art Box Store dan menguji apakah format video sudah sesuai dengan standar pertelevisian Indonesia.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, berisi tinjauan pustaka, dan dasar-dasar teori yang digunakan.

Bab III Analisis dan Perancangan, berisi tentang tinjauan umum objek penelitian, menjabarkan semua analisis termasuk analisis kebutuhan, analisis kelayakan, dan metode yang digunakan.

Bab IV Implementasi dan Pembahasan, berisi tentang penerapan metode-metode tahap produksi di objek penelitian.

Bab V Penutup, berisi kesimpulan dan saran yang penulis rangkum selama penelitian.

Daftar Pustaka