

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi saat ini sudah semakin berkembang, kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan, perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang periklanan, khususnya periklanan dalam media televisi. Dalam sebuah periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menginformasikan suatu produk, baik jasa maupun barang, periklanan televisi, menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan teks.

Periklanan pada televisi merupakan salah satu media promosi yang dianggap cukup mempengaruhi pola pikir calon konsumen. Promosi melalui media televisi adalah sebuah pengenalan produk dalam skala luas. Dengan adanya promosi melalui televisi maka produk suatu perusahaan yang diiklankan akan dikenal banyak orang. Hal tersebut tentu saja akan menimbulkan persuasi terhadap calon konsumen untuk membeli sebuah produk tersebut. Namun semua itu tergantung terhadap menarik atau tidaknya iklan yang ditampilkan di televisi. Saat ini periklanan pada televisi sudah sangat berkembang, konsep pembuatan iklan pun tidak lagi menggunakan teknik yang monoton. Ada banyak teknik dalam pembuatan video periklanan agar terlihat lebih menarik, contohnya teknik *live shoot*, *slow motion*, *timelaps*, *hyperlaps*, *stop motion*, dan *motion graphic*.

Warung Ayam Saos Pedas merupakan tempat makan baru yang berada di Jl. Mozes Gatotkaca C5 Yogyakarta dan kini membuka cabang baru yang berada di Jl. Kaliurang. Sayangnya keberadaan warung Ayam Saos Pedas belum banyak diketahui oleh masyarakat Yogyakarta. Meningkatkan daya tarik kepada calon konsumen adalah proses yang sangat sulit, pada penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap Warung Ayam Saos Pedas, penulis masih menggunakan media promosi umum seperti brosur. Media tersebut dirasa masih kurang luas cakupannya, dengan demikian penulis tertarik untuk mengambil judul "Pembuatan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi Pada Warung Ayam Saos Pedas Dengan Menggunakan Teknik *Motion Graphic*, *Live Shoot*, dan *Stop Motion*". Dengan adanya media iklan ini diharapkan perluasan informasi tentang Warung Ayam Saos Pedas dapat lebih efektif, mampu meningkatkan minat para pembeli dan dapat memperluas pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasi rumusan masalah yaitu, bagaimana merancang dan membuat Iklan Televisi sebagai media promosi pada Warung Ayam Saos Pedas dengan menggunakan teknik *Motion graphic*, *Live Shoot*, dan *Stop Motion*.

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan karena keterbatasan penelitian maka permasalahan pembuatan skripsi dibatasi sebagai berikut :

1. Iklan ini dibuat untuk Warung Ayam Saos Pedas sebagai media promosi dalam bentuk video.
2. Iklan Warung Ayam Saus Pedas ini berdurasi 30 detik.
3. Iklan ini berisi tentang informasi Warung Ayam Saos Pedas.
4. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan adalah *Motion Graphic*, *Live Shoot*, dan *Stop Motion*.
5. Menggunakan format *file* video .mp4 dengan kualitas pal DV, resolusi 352x288.
6. Penelitian ini dilakukan di Warung Ayam Saos Pedas Yogyakarta.
7. Software yang digunakan adalah Adobe Premiere, Adobe After Effect, Adobe Audition, Coreldraw X8.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari pelaksanaan penelitian adalah :

1. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan jenjang STRATA 1 pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Membuat iklan televisi sebagai media promosi pada Warung Ayam Saos Pedas dengan menggunakan teknik *motion graphic*, *live shoot*, dan *stop motion*.
3. Sebagai penerapan pengembangan ilmu yang didapat dalam perkuliahan selama masa studi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

4. Memperkenalkan Warung Ayam Saos Pedas ke masyarakat luas pada umumnya.

1.5 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari pelaksanaan penelitian adalah :

1. Bagi Warung Ayam Saos Pedas adalah sebagai media untuk membantu promosi kepada masyarakat luas.
2. Bagi Akademik :
 - a. Menambah khasanah pustaka di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
 - b. Sebagai materi evaluasi bagi pengembangan peningkatan mutu pendidikan maupun mutu lulusan di masa yang akan datang antara teori-teori yang diberikan dalam kurikulum dan yang dibutuhkan dilapangan kerja.
3. Bagi Mahasiswa :
 - a. Memperoleh gelar Sarjana Komputer
 - b. Menerapkan ilmu dan teori selama mengikuti pendidikan kedalam aplikasi nyata secara praktis guna membantu dan mendukung kemampuan beraktualisasi dalam penerapan ilmu di dunia nyata.
 - c. Untuk meningkatkan kreatifitas menciptakan suatu karya dengan memanfaatkan teknologi komputer serta mengembangkan pola keilmuan dan membuka wawasan tentang ilmu pengetahuan baru yang sesuai dengan bidang teknologi informasi.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan masalah yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan adalah :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti oleh penulis untuk mengumpulkan data secara lengkap, tepat dan akurat.

2. Metode Wawancara

Mengadakan tanya jawab langsung yang berdasarkan pada tujuan penelitian dengan objek yang diteliti.

3. Metode Kepustakaan

Pengumpulan bahan referensi yang berkaitan dengan teori dasar dan masalah yang diteliti.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis yaitu menguraikan iklan televisi untuk diidentifikasi dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan, dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikannya.

1.6.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan pengembangan bagaimana iklan dibentuk, mulai tahap pembentukan konsep dan visual yang ingin diberikan, serta pembuatan *story board*. Tahap ini menghasilkan perancangan iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan promosi Warung Ayam Saos Pedas.

1.6.4 Metode Pengembangan

Tahap ini adalah dilakukannya *review* hasil sementara produksi dan praproduksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan, dan menentukan hasil untuk masuk tahap paska produksi.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penyusunan sebagai berikut :

1. BAB I : PENDAHULUAN

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

2. BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, definisi multimedia, definisi iklan, tahapan pembuatan iklan, pengertian teknik *motion graphic*, *live shoot*, dan *stop motion*.

3. BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan, ide cerita pada iklan, naskah, *storyboard*, serta rincian biaya yang dikeluarkan saat proses produksi video iklan.

4. BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil dan proses pembuatan iklan pada Warung Ayam Saos Pedas pada saat pengambilan video, proses pemilihan video, proses editing, dan proses penggabungan video dengan gambar.

5. BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang membangun dari penyusunan skripsi.

6. DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang data yang dibutuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasan.