

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan adalah informasi yang isinya membujuk banyak orang supaya tertarik kepada barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan kata lain, iklan memberitahu kepada banyak orang mengenai barang dan jasa yang di jual, dipasang di media massa. Secara umum, iklan berwujud penyajian informasi non- personal tentang suatu produk, merk, perusahaan, atau took yang di jalankan dengan kompensasi biaya tertentu. Iklan berupa proses komunikasi yang memiliki tujuan membujuk atau menarik orang banyak untuk mengambil tindakan yang menguntungkan pihak yang membuat iklan.

Animasi berasal dari bahasa latin yaitu Anima yang berarti memberi nyawa, hidup, jiwa dan semangat. Animasi adalah gambar bergerak berbentuk dari sekumpulan objek (gambar) bisa berupa gambar manusia, hewan, maupun tulisan yang di susun secara beraturan mengikuti alur pergerakan yang telah di- tentukan pada setiap penambahan hitungan waktu yang terjadi.

Live Shot dapat diartikan yaitu pengambilan gambar bergerak secara langsung. Live Shot juga dapat diartikan sebagai video shooting di mana dalam pengerjannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting. Pengertian live shot sendiri adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang di perlukan oleh seseorang atau beberapa orang yang menciptakan suatu adegan yang menarik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun saat proses editing.

Videotron adalah media masa yang dapat menampilkan video atau teks dengan menggunakan teknologi light emitting diode (LED). LED bekerja dengan cara mengubah listrik menjadi cahaya dengan menggunakan semikonduktor. Videotron tersebut sangat beraneka ragam, dapat digunakan di dalam ruang (indoor) ataupun luar ruangan (outdoor). Videotron yang aplikasi penggunaannya di indoor biasanya tidak memerlukan tingkat kecerahan yang tinggi, karena pada umumnya aplikasi di dalam ruangan jarak pandangnya tidak terlalu jauh, sehingga mata manusia pun perlu di berikan tingkat keterangan yang tidak terlalu terang, sebaliknya videotron yang lokasinya berada di outdoor sangat membutuhkan tingkat cahaya yang tinggi, karena cahaya dari videotron tersebut nantinya akan berhadapan dengan sinar matahari.

Meyakinkan calon konsumen adalah proses yang sangat sulit, dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ke objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa promosi yang dilakukan Jalak Adventure masih menggunakan media promosi seperti facebook dan melalui whatsapp. Media ini dirasa masih kurang luas cakupannya, dengan adanya media videotron ini diharapkan penyebaran informasi tentang Jalak Adventure dapat lebih efektif.

Dari latar belakang masalah tersebut, penulis mengangkat sebuah judul “Perancangan Dan Pembuatan Iklan Jalak Adventure Dengan Konsep Penggabungan Live Shot Dan Animasi 2D” dengan adanya iklan tersebut diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen dan dapat memperluas pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dibuat rumusan masalah yaitu: Bagaimana membuat iklan Jalak Adventure yang dapat menarik minat pengunjung dengan menggunakan *Live Shot* dan *Animasi 2D*?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka batasan masalah yang di lampirkan, yaitu:

1. Iklan ini dibuat untuk Jalak Adventure sebagai media promosi dalam bentuk video.
2. Peneliti menawarkan teknik *Live Shot* dan *Animasi 2D* yang diterapkan dan memproduksi iklan serta ikut dalam mendistribusikannya.
3. Iklan Jalak Adventure ditayangkan di media iklan videotron.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

1. Membuat video iklan berbasis *Live Shot* dan *Animasi 2D* untuk Jalak Adventure.
2. Untuk memperkenalkan secara fisik toko dari Jalak Adventure.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata I Sistem Informatika Pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan Jalak Adventure sebagai media untuk membantu promosi kepada masyarakat luas sehingga dapat menambah jumlah pengunjung dan meningkatkan pendapatan dalam menjual menu di Jalak Adventure.
2. Video iklan Jalak Adventure dapat menambah pengetahuan tentang penerapan teori yang selama ini penulis peroleh di bangku kuliah, khususnya yang berkaitan dengan perancangan pembuatan iklan.
3. Dengan adanya iklan Jalak Adventure dapat mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian untuk mendapat data, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

a. *Metode Observasi*

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke Jalak adventure oleh penulis untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

b. Metode Interview (Wawancara)

Data yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan secara langsung dengan mewawancarai pihak pemilik Jalak Adventure. Cara ini merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi secara akurat.

c. Metode Kepustakaan (Library)

Metode kepustakaan ini mengacu pada buku-buku atau literatur-literatur yang dibutuhkan sebagai tambahan referensi peneliti, mengenai teori cara pembuatan iklan dimana semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

1.6.2 Perancangan

Dalam pembuatan video iklan Jalak Adventure ini metode perancangan yang digunakan adalah metode pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

1.6.3 Produksi / Proses

Metode atau tata cara yang menentukan proses apa yang akan di gunakan secara pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

1.6.4 Implementasi

Metode Implementasi yang di gunakan dalam video iklan Jalak Adventure ini adalah penyerahan video iklan Jalak Adventure dengan konsep penggabungan Live Shot dan Animasi 2D.

1.6.5 Evaluasi

Evaluasi merupakan kegiatan yang membandingkan antara hasil implementasi dengan kriteria dan standar yang telah ditetapkan untuk melihat berhasil atau tidak video iklan tersebut dibuat. Dari evaluasi kemudian akan tersedia informasi mengenai sejauh mana suatu video iklan tersebut telah dicapai sehingga bisa diketahui bila terdapat selisih antara standar yang telah ditetapkan dengan hasil yang telah dicapai.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka dan masalah mengenai pengenalan iklan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi profil singkat Jalak Adventure. Membahas tentang ide cerita, naskah, *storyboard*, dan analisis mengenai praproduksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab yang membahas proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas, yaitu tahap produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang sifatnya membangun untuk bahan peninjauan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber ataupun buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi ini.

