

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan selalu hidup dan berada kapan saja dan dimana saja di dalam kehidupan kita. Saat ini dunia periklanan dapat kita lihat dan dengar di televisi , radio , koran , surat kabar , maupun internet. Kekuatan iklan terletak pada bahasa , gambar ,serta pemrosesan yang kreatif dan komunikatif. Dalam rangka memenuhi maksud tersebut, maka iklan dalam memproduksi sebuah iklan, bahasa dan gambar atau ilustrasi hendaknya dikerjakan secara cermat.Karena pada dasarnya iklan sangat berperan penting untuk memikat hati masyarakat untuk menyukai hal yang di dalam iklan tersebut.

Pada awal berdirinya, *3 In 1 Barber Shop* Yogyakarta hanya menempati bangunan seluas 15 m² saja, lokasinya pun masih sepi dari pengunjung dalam 1 hari hanya 1-2 pengunjung dan berada di lingkungan jauh dari jalan yang ramai. Meskipun begitu *3 In 1 Barber Shop* Yogyakarta tetap menjalankan usahanya semaksimal mungkin dengan kualitas terbaik. Dengan lokasinya *3 In 1 Barber Shop* Yogyakarta yang jauh dari jalan yang ramai, sehingga banyak masyarakat kurang mengetahui keberadaan barber tersebut. Padahal dari segi kualitas dan harga jasa *3 In 1 Barber Shop* tidak kalah dengan barbershop yang besar dan ramai di Yogyakarta.

Iklan merupakan sarana media informatif yang umumnya ditujukan pada masyarakat, baik dalam mempromosikan barang maupun layanan dan jasa. Dengan membangun iklan berbasis 2D ini, masyarakat dapat mengetahui jasa apa saja yang ditawarkan oleh *3 In 1 Barber Shop*. Sehingga hal ini dapat meningkatkan pengunjung di *3 In 1 Barber Shop*.

Melihat permasalahan yang ada di atas maka penelitian ini mencoba untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat semaksimal mungkin untuk membuat “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan pada *3in1 Barbershop* Yogyakarta sebagai Media Promosi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang maka dapat dirumuskan suatu permasalahan.” Bagaimana cara membuat iklan animasi 2 dimensi yang dapat memaksimalkan upaya promosi yang ada selama ini , serta dapat menarik minat masyarakat ke *3 In 1 Barbershop*?”

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi dengan ruang lingkup yang lebih kecil . Adapun batasan masalah yang digunakan dalam perancangan iklan ini adalah sebagai berikut;

1. iklan ini dikhususkan untuk memaksimalkan *3 in 1 Barbershop*.
2. Durasi iklan 1 menit
3. Teknik yang digunakan adalah animasi frame by frame.
4. Tahapan pembuatan iklan menggunakan tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

5. Iklan berformat AVI dengan resolusi 1024x680 pixels.
6. Pembuatan iklan ini sampai tahap pengujian kemudian akan diserahkan pada pihak *3 in 1 barbershop*.
7. Tayang di media YouTube

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah untuk pembuatan video iklan *animasi 2D* pada *3 In 1 Barbershop* ini adalah untuk memaksimalkan untuk menarik minat pengunjung datang ke *3in1 barbershop*.

1.5 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut

Maksud penelitian sebagai berikut :

1. Menambah wawasan dalam dunia *iklan animasi 2D* serta dapat menjadi wadah untuk menuangkan segala kerativitasnya di bidang multimedia.

Tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Membantu *3 In 1 Barbershop* dalam memperkenalkan usahanya ke masyarakat luas.
2. Berupaya menimbulkan rasa suka kepada masyarakat terhadap *3 in 1 Barbershop*
3. Meyakinkan masyarakat sehingga mereka berusaha untuk menggunakan jasa *3 in 1 Barbershop*
4. Agar masyarakat atau konsumen menjadi tahu informasi mengenai *3 in 1 Barbershop*

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan penelitian ini menggunakan beberapa metode antara lain :

1. Wawancara

Metode ini digunakan untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai 3in1 barbershop dan permasalahan yang akan diteliti.

2. Observasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ketempat penelitian untuk mengamati dan menentukan point-point penting yang akan terjadi obyek pembuatan iklan.

1.5.1 Metode Analisis Data

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT yang terdiri dari *strenght, weakness, opportunities, threat*.

1.5.2 Metode Perancangan / Pembuatan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pra produksi, produksi dan pasca produksi.

1.5.3 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan skripsi ini disusun dalam format sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian dan metode penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan diuraikan mengenai tinjauan pustaka dan dasar teori seperti pengertian animasi karakteristik, animasi, pengertian iklan, tahapan produksi dan teori pendukung lainnya.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang sekilas tentang barbershop, analisis swot, analisis kebutuhan, analisis kelayakan, tahapan pra produksi video iklan dan produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas proses Bagian ini akan menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran dari seleuruh isi laporan.