

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi membantu manusia dalam mendapatkan suatu informasi dan cara untuk meningkatkan persaingan. Dalam perkembangan teknologi saat ini media periklanan dengan memanfaatkan media televisi produk atau jasa akan lebih mudah dikenalkan kepada masyarakat luas karena media televisi dapat menjangkau wilayah luas dalam satu waktu yang singkat sehingga dalam penyampaian informasi dapat tersalurkan dengan baik.

Live shoot dengan mengkombinasikan motion graphic menjadi salah satu teknik yang digunakan untuk memproduksi sebuah iklan. Metode ini merupakan gabungan live shoot dengan potongan elemen-elemen desain atau animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis.

Banyu Mili Resto merupakan perusahaan restoran bertempat di Godean Yogyakarta. Perusahaan tersebut berkeinginan mempromosikan perusahaan sebagai media informasi dan promosi kepada masyarakat luas. Pihak perusahaan berkeinginan menggunakan media promosi dengan menggunakan media televisi karena perusahaan ini masih menggunakan sarana promosi media cetak.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian yang membahas Teknik Live Shoot dengan mengkombinasikan motion graphic untuk iklan televisi dengan skripsi yang berjudul: "*Perancangan dan Pembuatan Iklan Banyu Mili Resto Yogyakarta*".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, dapat diidentifikasi masalah yang timbul yaitu : bagaimana membuat iklan banyu mili resto dengan teknik live shoot dan motion graphic untuk iklan televisi?

## 1.3 Batasan Masalah

Memfokuskan pembahasan dalam hal ini, batasan ruang lingkup yang lebih sempit, yaitu :

1. Penelitian ini membahas tentang membuat video dengan teknik live shoot dan motion graphic untuk iklan banyu mili resto.
2. Software yang penulis gunakan adalah Adobe Premier Pro CS6, Adobe After Effect CS6, dan Adobe Illustrator CS6.
3. Format standar iklan yang digunakan pada iklan Banyu Mili Resto adalah *HDTV (High Definition Television)*. Ukuran yang digunakan HD 1280 x 720 px dengan Aspek Rasio 16:9.
4. Hasil video akan ditayangkan di Televisi.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.4.1 Maksud Penelitian

- a. Memperkenalkan Banyu Mili resto kepada masyarakat luas melalui video iklan.

- b. Sebagai media referensi bagi pemula yang berminat pada teknik live shoot dan motion graphic.
- c. Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan “ Banyu Mili Resto” sebagai *media promosi*, yang dapat membantu dalam informasi dan promosi kepada masyarakat.

#### 1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Bagi Penulis
  - a. Sebagai syarat utama dalam menyelesaikan Program Studi SI untuk memperoleh gelar Sarjana Jurusan Sistem Informasi pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.
  - b. Agar memperoleh gambaran secara nyata bagaimana cara memproduksi iklan di televisi.
  - c. Sebagai media penerapan ilmu serta uji coba kerja sebelum terjun ke dunia kerja yang lebih mempunyai daya saing tinggi.
2. Bagi Perusahaan
  - a. Membantu memfasilitasi perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran agar masyarakat lebih mengenal Banyu Mili Resto.
  - b. Meningkatkan daya tarik masyarakat supaya berkunjung ke Banyu Mili Resto.
3. Bagi Masyarakat
  - a. Mendorong agar masyarakat tertarik untuk menjadi pelanggan di Banyu Mili Resto.

- b. Agar masyarakat menangkap pesan yang disampaikan oleh perusahaan kepada khalayak ramai.
- c. Agar masyarakat terutama peminat teknik *live shoot* dan *motion graphic* dapat terbantu dalam perancangannya.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Laporan penelitian ini disusun dengan metode-metode sebagai berikut:

#### **a. Metode Observasi**

Penulis melakukan pengamatan secara langsung apa saja yang Banyu Mili Resto tawarkan, untuk memberi poin-poin penting yang akan disampaikan dalam iklan yang akan dibuat.

#### **b. Metode Studi Pustaka**

Penulis mengumpulkan data melalui buku-buku dan segala materi yang berkaitan dengan proses produksi yang dapat di peroleh di perpustakaan maupun file-file dari Internet serta tempat observasi.

#### **c. Metode Wawancara**

Penulis bertanya dan berkonsultasi langsung dengan pihak Banyu Mili Resto untuk mengumpulkan informasi dari seorang yang berwenang dalam perusahaan tersebut.

### **1.5.2 Metode Identifikasi Masalah**

Menjelaskan pokok masalah yang tercermin di latar belakang masalah.

### **1.5.3 Metode Analisis**

Metode yang digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah iklan yang dibuat dan analisis kebutuhan iklan.

#### **1.5.4 Metode Perancangan**

Metode merancang konsep pembuatan iklan dan desain yang disiapkan sesuai dengan konten yang akan disampaikan.

#### **1.5.5 Metode Produksi**

Metode memproduksi iklan dan alur produksi iklan yang akan dibuat.

#### **1.5.6 Metode Testing**

Metode testing dan evaluasi hasil produksi iklan yang telah dibuat dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan di televisi lokal yogyakarta.

#### **1.5.7 Metode Implementasi**

Metode untuk mengimplementasikan karya yang dibuat sebagai karya ilmiah penulis.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab I menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**



Pada bab II akan menjelaskan landasan teori yang digunakan sebagai dasar untuk penelitian skripsi. Landasan teori berisi Tujuan Pustaka dan Dasar Teori yang mendukung dilakukannya penelitian.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN**

Pada Bab III dijelaskan mengenai analisis teknik motion graphic yang penulis bahas, profil singkat Banyu Mili Resto Yogyakarta, dan analisis mengenai pra produksi.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab IV akan membahas tentang proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas pada BAB III, yaitu pada tahap Produksi dan Pasca Produksi.

### **BAB V PENUTUP**

Pada Bab V membahas tentang kesimpulan serta saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi tentang referensi yang digunakan dalam pembuatan iklan.

### **LAMPIRAN**

Berisi tentang informasi atau data yang dibutuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasa.