

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini memiliki peran yang besar dalam bidang komunikasi, bisnis, pendidikan, dan perindustrian. Dalam bidang bisnis, suatu penyampaian pesan untuk mempromosikan produk atau jasa sangat diperlukan sebagai media promosi, salah satunya promosi melalui media periklanan televisi. Periklanan televisi adalah salah satu perkembangan teknologi informasi yang bergerak dalam bidang hiburan dan penyampaian informasi. Video iklan yang disampaikan melalui media televisi, baik produk maupun jasa dapat lebih mudah dikenalkan kepada masyarakat dengan waktu yang singkat. Dalam periklanan televisi dinilai lebih komunikatif, karena pada sebuah iklan televisi menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar dan text.

Dalam membuat sebuah iklan televisi khususnya di Indonesia masih banyak menggunakan jasa artis dan melakukan shooting diberbagai tempat yang indah, sehingga membuat biaya produksi menjadi sangat besar. Akan tetapi permasalahan tersebut akan teratasi dengan cara pembuatan iklan televisi dengan animasi. Animasi yang berarti memberi nyawa atau hidup, seperti gambar yang disusun secara beraturan mengikuti alur pergerakan sehingga menjadikan gambar seolah-olah menjadi hidup. Dengan solusi tersebut biaya produksi pembuatan iklan televisi yang besar akan teratasi.

Mahkota Binakarya adalah lembaga pendidikan keterampilan alternatif utama dalam jasa tata kecantikan rambut dan kulit. Pada tahun 2004 Mahkota Bina karya resmi berdiri dibawah seorang pimpinan yaitu Ibu Yeti Kurniati P. Mahkota Bina Karya berlokasi di Jalan Monjali no.249 Sinduadi Mlati Sleman Yogyakarta. Dengan didukung oleh tenaga pengajar professional yang bertujuan untuk mencetak tenaga-tenaga *stylist* dan *makeup artist* yang siap bekerja dibawah naungan salon atau berwirausaha. Dengan bertambah banyaknya kursus kecantikan sejenis membuat persaingan di bidang ini menjadi semakin ketat, sehingga Mahkota Bina Karya membutuhkan sebuah media pemasaran baru.

Dari permasalahan yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa pentingnya sebuah media iklan televisi guna mendukung kebutuhan promosi Mahkota Bina Karya. Karena melalui media iklan televisi informasi yang disampaikan akan lebih detail dengan adanya audio, video, gambar dan text. Dengan berkembangnya industri periklanan sebuah inovasi dalam bentuk animasi banyak bermunculan, yang sebelumnya animasi 2D sekarang berkembang menjadi animasi 3D. Animasi 3D mempunyai daya tarik tersendiri yaitu dalam segi penyampaian iklan yang disuguhkan karena terkesan lebih unik dan menarik. Oleh karena itu "Perancangan Iklan Televisi Mahkota Bina Karya Dengan Animasi 3D" ini diharapkan pesan yang terdapat dalam iklan tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada penonton.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka dapat diambil pokok permasalahan sebagai berikut: Bagaimana merancang dan membuat animasi 3D untuk iklan televisi Mahkota Bina Karya?

## 1.3 Batasan Masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah yang penulis rumuskan.

1. Iklan televisi ini berdurasi 30 detik atau standart durasi periklanan televisi.
2. Iklan ini dibuat dengan Blender 2.78 dan Adobe Soundbooth CS6.
3. Tehnik yang digunakan adalah tehnik Animasi 3D.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam perancangan iklan televisi ini adalah:

1. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan member wawasan tentang teknologi informasi dalam bidang multimedia.
2. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Srata 1 pada jurusan Sistem Informasi di STMIK Amikom Yogyakarta.
3. Membuat trobosan baru untuk pemasaran Mahkota Bina Karya dengan menggunakan media televisi.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan diperoleh beberapa manfaat, antara lain :

Bagi Lembaga:

1. Dapat dipakai sebagai salah satu alternatif sarana media promosi Mahkota Bina Karya.

Bagi Pembaca:

1. Dapat mengetahui bagaimana langkah-langkah membuat iklan televisi dengan animasi 3D.
2. Meningkatkan pengetahuan dalam berkeaktifitas khususnya dalam bidang animasi 3D.

Bagi Penulis:

1. Bisa mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapat selama masa belajar di STMIK AMIKOM Yogyakarta pada jurusan Sistem Informasi.
2. Mendapat gambaran secara nyata tentang tahapan pembuatan iklan televisi dengan animasi 3D.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

Tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan dalam membangun iklan televisi ini, meliputi :

### **1.6.1 Metode Observasi**

Pengamatan langsung ditempat penelitian terhadap obyek Mahkota Bina Karya yang akan dijadikan sumber data penelitian yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penulisan laporan skripsi.

#### **1.6.2 Metode Wawancara (Interview)**

Tehnik ini dilakukan dengan cara melakukan Tanya jawab secara langsung terhadap pihak terkait dengan masalah yang akan diteliti.

#### **1.6.3 Metode Kepustakaan (Library)**

Metode mengumpulkan data dan referensi dengan mengacu pada buku-buku pedoman literature atau informasi diinternet yang akan digunakan untuk mendapatkan kajian teoritis sebagai dasar teori didalam melakukan analisis dalam pembuatan iklan.

#### **1.6.4 Metode Kearsipan**

Metode ini meneliti data-data yang diperoleh dari arsip-arsip Mahkota Bina Karya, untuk mengetahui data-data pasti seperti tanggal peresmian dan lain sebagainya.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penelitian.

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

Bab ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan televisi dengan animasi 3D untuk media promosi.

### **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini akan diuraikan tentang analisis SWOT dan perancangan iklan televisi dengan animasi 3D secara umum.

### **BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PERANCANGAN IKLAN**

Pada bab ini akan diimplementasikan hasil dari analisis dan perancangan iklan yang telah dibuat.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir dari laporan penelitian. Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk perbaikan iklan.