

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi di jaman sekarang ini sudah jauh lebih berkembang salah satu contohnya adalah multimedia karena dapat menyajikan suatu informasi dengan jelas dan kreatif sehingga penikmat dapat menyerap apa yang disampaikan dengan baik. Multimedia sendiri adalah kombinasi dari teks dan gambar yang dimanipulasi secara digital, foto, seni grafis, suara, animasi dan elemen video.[1] Salah satu dari contohnya adalah membuat iklan televisi yang menampilkan audio dan video dengan ditambah unsur animasi. Dengan iklan televisi masyarakat luas mampu memahami informasi yang disampaikan.

Berbagai kreatifitas dalam pembuatan iklan televisi beragam guna menarik minat masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan. Dalam pembuatan iklan televisi biasanya digunakan teknik tertentu dengan menyesuaikan kebutuhan iklan tersebut. Teknik dalam pembuatan iklan televisi beragam, terkadang penggabungan dari beberapa teknik. Penggabungan teknik animasi dan teknik *live shoot* kamera merupakan salah satu hal baru yang sedang berkembang, dimana objek animasi ditambahkan pada pengambilan gambar bergerak secara langsung menggunakan teknik *motion tracking* dan *green screen*. Melalui teknik *motion tracking* itu sendiri dapat menggabungkan gerakan kamera dari suatu objek animasi di dalam *software* dengan gerakan kamera pada *live shoot* supaya objek animasi dapat menempel dengan video hasil rekaman *live shoot* ketika

dilakukan proses *compositing*, maka objek animasi tersebut seolah-olah ada di dalam adegan video tersebut.

Mebel Taqwa Putra adalah sebagai salah satu contoh usaha dagang yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan mebel yang di mana memerlukan iklan multimedia, dimana informasi yang akan disampaikan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup usaha dagang terutama untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. Penjualan yang bergerak dalam bidang usaha mebel di daerah Manisrenggo Klaten ini pembeli/customer dapat memilih secara langsung barang yang sudah ada atau dengan cara menentukan sendiri model dan bahan serta ukuran yang akan dipergunakan.

Mebel yang telah berdiri sejak tahun 1960an ini kini telah memiliki 2 cabang (jarak berdekatan + 500m dari salah satu cabang tersebut) yang memerlukan media iklan guna merambah pangsa pasar yang luas. Mebel Taqwa Putra sendiri masih menggunakan brosur dalam kegiatan periklanan. Brosur sendiri masih kurang baik dan menarik dalam penyampaian informasi, diantaranya hanya menyampaikan alamat, kontak dan promo. Tentunya brosur sendiri sebagai media periklanan yang digunakan Mebel Taqwa Putra kurang menarik untuk dinikmati konsumen dan penyebaran informasi media brosur tidak luas.

Dengan adanya permasalahan diatas penulis merancang iklan televisi yang menarik dan mudah untuk di serap oleh masyarakat luas. Televisi merupakan media informasi yang strategis untuk mengenalkan Mebel Taqwa Putra ataupun produk Mebel Taqwa Putra agar mudah di kenali oleh masyarakat luas. Dalam

bentuk video dengan teknik *green screen*, *motion tracking* dan *live shoot* berdurasi 30 detik sebagai media informasi produk-produk pada Mebel Taqwa Putra yang akan di tampilkan di stasiun televisi lokal. Diharapkan setelah adanya iklan televisi ini dapat membantu memberikan kemudahan kepada konsumen untuk mengenal produk dan keunggulan yang di tawarkan oleh Mebel Taqwa Putra.

Oleh karena itu penulis mengangkat penelitian dengan judul "Perancangan dan Pembuatan Iklan TV pada Toko Mebel Taqwa Putra Klaten Jawa Tengah".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas , dapat di rumuskan satu masalah sebagai berikut : "Bagaimana membuat iklan televisi pada Mebel Taqwa Putra Klaten Jawa Tengah ?"

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dari pokok perumusan masalah yang ada, maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Lingkup dari iklan yang di di siarkan hanya di stasiun RBTv.
2. Pembuatan iklan dilakukan secara *Live Shoot* dan penggabungan animasi *green screen* dengan teknik *Motion Tracking*.
3. Perangkat lunak yang digunakan adalah Adobe After Effect, Adobe Audition, Adobe Photoshop dan Blender.
4. Bahasa yang di gunakan adalah Bahasa Indonesia.
5. Iklan yang di buat di tujukan kepada penonton televisi.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang sebuah iklan televisi untuk promosi pada Mebel Taqwa Putra.
2. Sebagai syarat menempuh gelar sarjana komputer di STMIK Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis
 - a. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya yang menyangkut perancangan iklan televisi.
 - b. Memperoleh gambaran nyata produk-produk Mebel Taqwa Putra.
2. Manfaat bagi Mebel Taqwa Putra
 - a. Memberikan masukan dan gambaran kepada Mebel Taqwa Putra tentang periklanan televisi.
 - b. Memperbanyak media promosi Mebel Taqwa Putra untuk kegiatan periklanan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya ini menggunakan metode sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data
 - a. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada *owner/pemilik* dari Mebel Taqwa Putra guna memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa penelitian.

b. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati objek yang di teliti guna untuk proses pembuatan iklan dan menentukan angel komposisi untuk kebutuhan gambar-gambaran yang jelas tentang permasalahan penelitian.

c. Metode Kepustakaan

Metode yang di peroleh dari buku-buku yang memiliki keterkaitan dengan pembuatan iklan menggunakan teknik *green screen*, *motion tracking* dan *live shoot*.

2. Analisis

Dalam pembuatan iklan ini menggunakan metode SWOT. Analisis SWOT merupakan metode perancangan strategi yang di gunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis.

3. Perancangan

Metode perancangan merupakan tahap pertama dalam pembuatan iklan yaitu tahap pra produksi. Pada tahap ini dilakukan persiapan yang akan dilakukan dan dibutuhkan dalam membuat iklan yang meliputi konsep hingga *storyboard*.

4. Pengembangan

Metode pengembangan merupakan tahap kedua dan ketiga yaitu tahap produksi dan pasca produksi. Pada tahap ini di lakukan pengimplementasian bahan yang telah di siapkan pada tahap pra produksi. Diawali dengan pengambilan gambar , dilanjut dengan pengeditan video yang menggabungkan dengan teknik motion tracking. Kemudian pada tahap terakhir pra produksi dilakukan pembuatan suara, pemberian *sound* hingga tahap *finishing* berupa hasil *rendering*.

5. Testing

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap iklan yang telah di buat dengan kesesuaian konsep. Pengujian di lakukan dengan memberikan video iklan kepada Mebel Taqwa Putra.

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan skripsi ini terdiri dari lima bab antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, definisi multimedia, definisi iklan, tahapan pembuatan iklan, serta pengertian *motion tracking* dan *green screen*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menguraikan tentang analisis yang di gunakan seperti ide cerita dari iklan, naskah, dan *storyboard* pada pengaplikasian dalam teknik *motion tracking* dan *green screen* pada iklan televisi pada Mebel Taqwa Putra.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang proses dan hasil iklan Mebel Taqwa Putra di buat. Pada bab ini akan terlihat apakah konsep yang telah di rencanakan diterapkan atau tidak.

BAB V PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi-sumber yang menjadi acuan dalam menyusun penelitian dan skripsi tersebut.