

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan dunia *marketing* yang kian maju, iklan adalah hal yang lumrah ditemui pada aktivitas sehari-hari. Berbagai bentuk iklan dapat kita temui dari TV, radio, koran, hingga brosur-brosur kecil. Iklan yang baik jelas iklan yang mampu menyampaikan isi produk maupun informasi yang ingin disampaikan oleh pengiklan.

Magneto Holiday & Jogja Outbound yang dikelola oleh satu manajemen adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam hal outbound dan mampu untuk melayani hampir semua keinginan *outbound* kelompok maupun perusahaan. Magneto Holidays & Jogja Outbound telah beroperasi di berbagai kegiatan berbasis outbound dan tiket transportasi, mulai dari tiket pesawat, kereta api, bus dan bukan hanya bergerak di jasa pemesanan tiket Magneto Holidays & Jogja Outbound juga melayani *Outbound Training*. Misi perusahaan ini adalah untuk memberikan kualitas dan keunggulan untuk pelanggan secara eksklusif.

Bisnis tiket dan outbound adalah bisnis dengan peluang yang sangat besar karena selama kebutuhan manusia akan rekreasi tetap ada pasti bisnis ini akan terus tumbuh dengan pesat. Perusahaan outbound berlomba-lomba untuk menggaet pelanggan demi kemajuan usahanya itu sendiri. Dalam dunia bisnis setiap perusahaan pasti mengutamakan penjualan agar mencapai hasil yang maksimal, salah satu cara untuk mendapatkan penjualan yang baik adalah melalui periklanan di televisi. Televisi merupakan media yang hampir selalu digunakan

oleh masyarakat setiap hari dan mejadi media masa yang sangat efektif untuk memasarkan produk, maka dari itu iklan di televisi mampu mendongkrak popularitas perusahaan di masyarakat. Berdasarkan uraian diatas maka penulis mempunyai ide untuk membuat iklan TV perusahaan Magneto Holidays & Jogja Outbound untuk meningkatkan promosi dan pemasaran jasa. Maka dari itu judul penelitian yang diambil penulis adalah “Perancangan dan Pembuatan Iklan TV Magneto Holidays & Jogja Outbound Yogyakarta”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diuraikan rumusan masalah yang dijadikan sebagai pokok pembahasan adalah bagaimana merancang dan membuat iklan TV Magneto Holidays & Jogja Outbound Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka batasan masalah yang dilampirkan, yaitu :

1. Iklan ditujukan untuk Magneto Holidays & Jogja Outbound Yogyakarta sebagai media promosi berbentuk video.
2. Iklan yang dibuat adalah iklan TV.
3. Penulis menerapkan animasi 2D dalam memproduksi iklan.
4. Hasil pembuatan animasi 2D akan berbentuk video berdurasi maksimal 45 detik.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mempromosikan Magneto Holidays & Jogja Outbound kepada masyarakat
2. Untuk mengimplementasikan ilmu yang sudah diperoleh di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Untuk merancang dan membuat video iklan TV Magneto Holidays & Jogja Outbound

1.5 Metode Penelitian

Penulis memperoleh data pada penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode pengambilan data yang dilakukan secara pengamatan secara langsung ke kantor Magneto Holidays & Jogja Outbound oleh penulis untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat

2. Metode Wawancara

Metode yang dilakukan dengan cara tanya jawab kepada manajemen Magneto Holidays & Jogja Outbound. Pertanyaan diberikan oleh penulis dan dijawab oleh pihak manajemen lalu jawaban tersebut dijadikan dirangkum oleh penulis

3. Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mencari informasi-informasi melalui berbagai buku dan fasilitas internet dengan sumber yang akurat. Selain buku cetak yang menjadi referensi utama, ada juga buku elektronik atau e-book yang dapat dijadikan acuan dalam metode ini. Metode studi pustaka ini menggunakan acuan berupa buku atau literatur yang sesuai dengan kebutuhan penelitian

1.5.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan penulis untuk menganalisa kebutuhan iklan ini adalah metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dalam suatu proyek.

1.5.3 Metode Perancangan

Penulis melakukan perancangan dengan tahap pra-produksi. Pada tahap pra produksi diawali dengan merencanakan ide dan konsep iklan dimana penulis akan menggunakan teknik video animasi 2D, untuk pembuatan *storyboard* direncanakan ada lima scene video yang akan dibuat mulai *scene 1* yaitu pembukaan, *scene 2* pengenalan perusahaan Jogja Outbound dan kelebihan-kelebihan layanan, *scene 3* menampilkan divisi Magneto Holidays, *scene 4* memunculkan alamat website perusahaan yang akan memuat informasi detail lalu yang *scene 5*

branding dengan memunculkan logo perusahaan dan yang terakhir adalah pembuatan rancangan naskah dimana akan digunakan untuk narasi agar bisa menjelaskan isi video.

1.5.4 Metode Implementasi

Setelah semua tahapan pra produksi terpenuhi selanjutnya pada tahap produksi meliputi proses pembuatan objek animasi 2D menggunakan aplikasi Adobe Illustrator CS6 seperti objek gedung, kertas, simbol lokasi dan masih banyak lagi. Pengumpulan gambar dari perusahaan juga diperlukan untuk video seperti logo perusahaan dan foto saat kegiatan berlangsung.

1.5.5 Metode Testing

Pada tahap pasca produksi dilakukan proses penggabungan semua elemen multimedia yang sudah dibuat dan dikumpulkan tadi dipadukan di Adobe After Effect serta penambahan efek-efek khusus dan penyuntingan semua elemen tersebut juga dilakukan di proses ini serta proses rekaman narasi video menggunakan Adobe Audition CS6. proses terakhir yaitu *rendering* untuk menghasilkan video. Setelah itu video yang sudah selesai di *render* akan ditayangkan di hadapan manajer Magneto Holidays & Jogja Outbound dan setelah disetujui selanjutnya akan ditayangkan di salah satu stasiun TV yaitu RBTv.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk dapat dipahami dengan baik, sistematika penulisan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka dan masalah yang menyangkut tentang pengertian iklan sebagai media yang mampu mempromosikan produk atau jasa dan meningkatkan daya tarik konsumen.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan Magneto Holiday & Jogja Outbound, analisis yang digunakan, konsep iklan, naskah pengaplikasian animasi 2D pada iklan TV untuk Magneto Holidays & Jogja Outbound.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan iklan. Pada saat proses produksi dimana pada saat proses ini penulis mengumpulkan bahan-bahan, penyuntingan gambar dimana bahan-bahan yang sudah dikumpulkan akan disunting sedemikian rupa agar mendapatkan hasil berupa animasi dan pasca produksi yakni mengimplementasikan hasil video di stasiun TV.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan seluruh penelitian yang sudah dilakukan dan saran yang dapat membantu penyusunan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi buku yang digunakan dalam penelitian dalam bentuk buku fisik maupun buku elektronik dan sumber-sumber acuan dalam proses penyusunan penelitian.

