

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di zaman sekarang sangatlah berpengaruh dalam kehidupan masyarakat yang modern ini. Informasi dapat dengan mudah tersampaikan ke seluruh lapisan masyarakat. Seperti halnya dunia periklanan, baik periklanan televisi, film, ataupun media digital lain saat ini lebih menonjolkan unsur multimedia. Bagi sebuah perusahaan, memperkenalkan dan memasarkan produk kepada masyarakat luas melalui media periklanan sangatlah penting. Untuk itu pembuatan iklan dengan unsur multimedia yang bersifat modern dan positif akan memberikan kesan yang baik bagi masyarakat luas.

Iklan televisi merupakan sebuah media periklanan yang sangat membantu produsen memasarkan produk. Dengan media televisi iklan bisa diterima konsumen dengan jelas, karena media televisi mencakup unsur audio dan video yang secara bersama. Perancangan iklan televisi yang memadukan beberapa unsur multimedia yaitu gambar, video dan audio yang kemudian diolah menggunakan software tertentu.

Jeep Lava Tour Kaliurang adalah jasa travel yang memberikan sensasi offroad di sekitar gunung merapi. Jeep ini melewati berbagai tempat yang cukup extreme dan juga bekas erupsi gunung merapi tahun. Jasa ini ingin lebih dikenal seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Namun promosi yang dilakukan saat ini

masih menggunakan media promosi seperti brosur, media sosial, pamphlet. Dengan dibuanya media iklan televisi diharapkan mampu memberikan informasi tentang Jeep Lava Tour.

Pada pembuatan iklan Jeep Lava Tour ini akan menambahkan efek visual atau juga bisa disebut Visual Effect, yaitu serangkaian proses pembuatan gambar yang menyertakan proses manipulasi tertentu diluar adegan pengambilan gambar syuting asli, pemberian effect tertentu ke dalam sebuah video atau film, efek visual merupakan perpaduan dari gambar syuting asli dengan object rekayasa komputer, serta object lainnya untuk menciptakan adegan yang realistis sesuai dengan tuntutan skenario.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi yang berjudul **“PEMBUATAN IKLAN TELEVISI JEEP LAVA TOUR KALIURANG MENGGUNAKAN TEKNIK VISUAL EFFECT SEBAGAI MEDIA PROMOSI”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah :

Bagaimana membuat iklan televisi dengan kombinasi live shoot dan visual effect pada Jeep Lava Tour Kaliurang ?

1.3 Batasan Masalah

Pembuatan iklan televisi melibatkan banyak elemen di dalamnya. Sehingga penulis menetapkan batasan – batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini memfokuskan mengenai pembuatan iklan televisi menggunakan visual effect dan live shoot.
2. Pembuatan iklan yang dibahas adalah pembuatan iklan Jeep Lava Tour Kaliurang.
3. Adapun software yang digunakan adalah Adobe Premiere Pro CS6, Adobe Photoshop CS6, Adobe After Effect CS6, Adobe Audition CS6.
4. Durasi video selama 1 menit.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat iklan Jeep Lava Tour Kaliurang berbasis multimedia untuk dapat digunakan secara optimal di bidang iklan televisi sebagai berikut :

1. Sebagai persyaratan kelulusan jenjang Strata-1 Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membuat iklan televisi sebagai media promosi kepada masyarakat mengenai Jeep Lava Tour Kaliurang.
3. Mengembangkan ide dan pola keilmuan dalam merancang suatu iklan multimedia.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan informasi yang akan disampaikan, maka penulis mengambil beberapa metode pengumpulan data antara lain : metode observasi, metode wawancara, dan metode pustaka.

1. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada Jeep Lava Tour Kaliurang.

2. Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan Ketua Himpunan Jeep Tlogo Putri Kaliurang yang dapat memberi informasi serta perijinan.

1.5.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan untuk menganalisa data – data dan informasi yang telah diperoleh untuk diidentifikasi dan ditindak lanjuti untuk membuat rekomendasi dan solusi pembuatan iklan televisi. Untuk metode analisis penulis menggunakan analisis SWOT.

1.5.3 Metode Perancangan

Pada metode ini merancang konsep untuk pembuatan iklan televisi yang disiapkan sesuai dengan konsep yang akan dibuat pada tahap pra produksi merupakan tahap perencanaan. Semua hal yang berkaitan dengan pembuatan iklan dipersiapkan seperti membuat konsep cerita, membuat naskah, jenis shot yang akan digunakan dan membuat storyboard. Tahap produksi adalah tahap implementasi dari tahap pra produksi. Video yang dibuat mengacu pada konsep yang telah dipersiapkan sebelumnya. Pasca Produksi merupakan bagian terakhir dari rangkaian proses pembuatan. Video akan di edit dan disempurnakan yang akan menjadi karya yang utuh.

1.5.4 Metode Pengembangan

Pada tahapan ini adalah produksi, yaitu melakukan *shooting* atau pengambilan video, review hasil sementara, *take ulang shooting* jika belum sempurna. Kemudian masuk pada tahap pasca produksi yaitu melakukan proses editing, kemudian hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan *rendering* video.

1.5.5 Metode Testing

Pada metode ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana iklan televisi yang dibuat untuk dilakukan perbaikan atau tidak.

1.5.6 Metode Implementasi

Metode implementasi yang digunakan dalam video ini adalah apabila semua sudah sesuai maka peneliti menyerahkan video hasil rendering untuk dipublikasikan di stasiun televisi RBTv.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Penyusunan skripsi ini dilakukan secara sistematis yang terdiri dari bagian – bagian yang saling berhubungan sehingga diharapkan akan lebih mudah untuk mengerti dan mendapat manfaat dari tulisan ini. Adapun uraian singkat mengenai isi tulisan ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan secara teoritis tentang konsep dasar sistem informasi dan multimedia, pengertian iklan, definisi iklan, pengertian iklan televisi, strategi merancang iklan televisi, visual effect, video dan perangkat multimedia yang akan digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum Jeep Lava Tour Kaliurang, visi dan misi, analisis kebutuhan informasi, kebutuhan perangkat lunak, kebutuhan perangkat keras, kebutuhan sumber daya manusia, perancangan iklan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang proses produksi pada pembuatan iklan televisi yaitu *shooting*. Serta proses pasca produksi yaitu, *editing*, *compositing* dan *rendering*.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari pembuatan skripsi yang di dalamnya terdapat kesimpulan serta saran.

DAFTAR PUSTAKA

