

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Badan usaha, produsen maupun produsen tentu menginginkan produknya dapat diterima oleh masyarakat luas. Dalam dunia usaha pasti ada persaingan dengan badan usaha lain, maka dari itu dibutuhkan strategi usaha yang cukup matang agar dapat membuat produk yang dihasilkan mampu bersaing untuk mendapatkan konsumen.

Salah satu strategi usaha yang banyak digunakan oleh beberapa perusahaan besar adalah iklan televisi karena strategi ini mampu menjangkau penonton dalam jumlah besar dalam sekali tayang. Oleh karena itu iklan melalui media televisi memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan jumlah konsumen.

Makaroni MAKROM adalah sebuah produsen makanan ringan yang berada di Yogyakarta. Jika dibandingkan dengan produk sejenis, produk ini memiliki rasa yang lebih variatif serta memiliki kemasan yang menarik dan mudah dibawa maupun disimpan. Namun dengan keunggulan tersebut belum banyak masyarakat yang mengetahui tentang hal tersebut.

Oleh karena itu Makaroni MAKROM memerlukan media iklan yang mampu memperkenalkan keunggulan produk kepada masyarakat

Yogyakarta. Dari masalah tersebut, maka penulis melihat peluang untuk membuat sebuah penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Makaroni Makrom Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, penulis dapat menarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan teknik motion grafik pada Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Makaroni Makrom Yogyakarta?
2. Bagaimana penerapan teknik live shot pada Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Makaroni Makrom Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembahasan, skripsi ini dibatasi dengan ruang lingkup yang lebih sempit yaitu :

1. Iklan televisi ini dibuat untuk Makaroni MAKROM sebagai media promosi.
2. Iklan televisi Makaroni MAKROM menggunakan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shot*.
3. Iklan televisi Makaroni MAKROM berdurasi 30 detik.
4. *Format* video yang digunakan adalah .mp4 berukuran 1920 x 1080 *pixel*.
5. Untuk aplikasi yang digunakan dalam pembuatan adalah Adobe After Effect CS6, Adobe Photoshop CS6, Audacity, Sony Vegas Pro 13.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Makaroni Makrom Yogyakarta”, adalah :

1. Sebagai media promosi dan informasi mengenai produk Makaroni MAKROM.
2. Mengkenalkan Makaroni MAKROM kepada masyarakat luas melalui media iklan televisi.
3. Membuat iklan televisi Makaroni MAKROM

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam pembuatan skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Makaroni Makrom Yogyakarta”, adalah sebagai berikut :

1. Memahami proses pembuatan iklan televisi.
2. Memahami dan mampu menerapkan ilmu yang didapat dari penggunaan aplikasi Adobe After Effect CS6, Adobe Photoshop CS6, Sony Vegas Pro 13.
3. Memperkenalkan produk yang ditawarkan oleh Makaroni MAKROM
4. Meningkatkan penjualan produk Makaroni MAKROM.

1.6 Metode Penelitian

Penggunaan metode penelitian dalam perancangan iklan televisi ini diharapkan agar penyusunan skripsi dapat berjalan dengan baik maka penyusun menerapkan metode penelitian dengan urutan sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung mengenai perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas.

2. Metode Observasi

Kegiatan observasi video-video *motion graphic* dilakukan dengan tujuan memperoleh referensi yang akan bermanfaat dalam penelitian.

3. Metode Kepustakaan

Merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengkajian beberapa sumber referensi tertulis seperti pengkajian dengan buku – buku yang relevan.

1.6.2 Analisis

Dalam metode ini, penulis mengadakan pemeriksaan kebenaran data. Penulis juga membandingkan kekurangan dan kelebihan cara promosi lama dengan cara promosi yang baru dengan menggunakan

analisis SWOT yang meliputi : *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman).

1.6.3 Tahap Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah persiapan sebelum produksi, seperti membuat konsep dan ide cerita, membuat naskah, membuat *storyboard* dan melakukan analisa produksi yang akan diterapkan dalam produksi iklan. Teknik produksi ini menggunakan *motion graphic* dan *live shot*.

1.6.4 Pengembangan

Metode pengembangan adalah melakukan langkah langkah produksi yaitu proses pembuatan desain, pembuatan animasi dan pembuatan *voice over*. Dalam tahap pasca produksi akan dilakukan *compositing* serta evaluasi sebelum merender video akhir.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika disini adalah gambaran umum dari seluruh pembahasan. Berikut adalah sistematika penulisan yang digunakan :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi penjelasan tentang permasalahan apa yang diangkat dalam pembuatan skripsi ini, yang memuat : Latar Belakang, Rumusan Masalah,

Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini membahas tentang apa itu multimedia, animasi, iklan dan teori – teori lain yang mendukung penulisan skripsi ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai penentuan ide cerita, tema, siklus pengembangan multimedia, pendefinisian kebutuhan dan perancangan sistem.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan bagaimana langkah pembuatan iklan televisi dan langkah pasca produksi pada pembuatan iklan televisi yang telah dibuat

BAB V PENUTUP

Bab penutup merupakan bagian akhir penulisan skripsi berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan ini laporan.