

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan dari kemajuan teknologi yang berkembang begitu cepat, kini semua serba canggih dan terkomputerisasi. Salah satunya adalah industri kreatif yang bergerak di bidang teknologi komputer atau digital. Hal inilah yang memberikan dampak positif dalam pembuatan iklan agar iklan di sajikan dalam bentuk yang lebih kreatif dan menarik, dengan adanya kemajuan teknologi kini iklan televisi semakin menarik, salah satunya adalah panggung iklan video sebagai media pemasaran sebuah *brand* atau produk maupun jasa.

Penggunaan teknik *Motion Graphic* dapat menghemat biaya untuk promosi media *startup* dalam iklan televisi dan mampu meningkatkan daya tarik tersendiri bagi yang melihatnya (penonton) karena video memberikan informasi dengan cara yang berbeda, yang dikemas secara menarik, ringkas, dan kreatif, hal ini tentu menjadi parameter sebuah perusahaan untuk menggunakan animasi dalam memasarkan produknya. Iklan dengan menerapkan *Motion Graphic* menjadi salah satu karya yang bisa digunakan untuk menyampaikan informasi yang mudah diterima oleh penonton.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis membuat iklan televisi yang menarik dan mudah dipahami menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shot* dengan judul "Pembuatan Iklan Televisi Minyak Rambut Pomade Be Slick Dengan Menerapkan *Motion Graphic*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan / diselesaikan pada penelitian / perancangan yaitu “bagaimana membuat dan merancang iklan televisi minyak rambut pomade be slick menggunakan *motion graphic, live shot* dan *affter effect*?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan perlu adanya batasan masalah untuk memberikan tujuan dan pembahasan yang jelas. Adapun batasan masalah pada pembuatan dan perancangan vidio sebagai iklan TV adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan iklan menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shot*.
2. *Editor* pada vidio menggunkan teknik *affter effect CS6*.
3. Vidio iklan yang dibuat menggunakan CS6.
4. Iklan ini menggunakan format standar iklan HDTV 1080 (*High Defination Television*) ukuran yang digunakan adalah 1920 x 1080 px dengan format hasil *rendering mp4*.
5. Prangkat lunak yang digunakan adalah *Affter effect, Photoshop, AI, Adobe Audition, Adobe Premiere*.
6. Iklan ditayangkan di RBTv.

1.4 Maksud dan Tujuan

Dalam pembuatan laporan skripsi ini, tujuannya adalah:

1. Untuk membuat iklan produk Pomade Be Slick supaya lebih di minati para konsumen terutama pria.

2. Agar jangkauan pemasaran produk Pomade Be Slick bisa lebih luas lagi dengan adanya iklan ini.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

- a. Melatih penulis untuk membuat suatu karya nyata yang berguna dan bermanfaat untuk orang banyak.
- b. Menambah pengalaman dan pengetahuan dalam dunia periklanan dan multimedia.
- c. Menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.

2. Bagi pengusaha pomade be slick

- a. Sebagai media promosi pomade be slick
- b. Memperkenalkan pomade be slick sebagai pengusaha yang menyediakan berbagai kebutuhan untuk pria.
- c. Meningkatkan omset atau penjualan pomade be slick sebagai pengusaha yang kompeten dan dapat dipercaya.

3. Bagi masyarakat umum

- a. Memberikan informasi tentang keberadaan pomade be slick
- b. Menarik konsumen unruk membeli produk pomade be slick

1.6 Metode Penelitian

Mengumpulkan data penelitian dalam pembuatan iklan ini, perlu sebuah metode yang tepat untuk hasil yang terbaik dan akurat untuk mendapatkan data

yang lengkap. Adapun beberapa metode yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1.6.1. Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data ini adalah metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada *obyek* yang di tuju, yaitu Pomade Be Slick. Agar mendapatkan gambaran dan *point-point* penting yang disampaikan dalam iklan.

A. Wawancara

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengancara bertanya secara langsung kepada *responden*. Wawancara merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap *survey*, oleh karena itu penulis melakukan wawancara dengan *owner* dari pengusaha Pomade Be Slick.

1.6.2. Analisis

Metode ini digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah iklan yang dibuat dan analisis kebutuhan iklan.

1.6.3. Perancangan

1. Merancang Konsep Iklan

Merancang konsep iklan adalah langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, dibutuhkan kreativitas dan imajinasi yang baik agar mendapatkan hasil yang baik pula.

2. Merancang Isi Iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan isi dari merancang konsep atau *implementasi* dari strategi kreatif. Merancang isi meliputi mengevaluasi dan memiliki daya tarik pesan, dengan kata lain memberikan informasi yang menarik agar konsumen tertarik. Biasanya yang di sampaikan adalah sebuah keunggulan perusahaan itu sendiri, atau *motto* dari perusahaan sehingga konsumen tidak ragu untuk membeli atau menggunakan jasa yang telah di iklankan.

3. Merancang Naskah Iklan

Dalam merancang naskah iklan, menentukan dialog dan urutan-urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata-kata yang akan disampaikan untuk membidik pasar yang tepat sasaran.

4. Merancang *Storyboard*

Storyboard merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan iklan. *Storyboard* adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

5. Memproduksi Iklan

Tahap ini adalah aksi dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses yang harus diperhatikan, yaitu pra-produksi, produksi, dan yang terakhir pasca produksi.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam laporan pembuatan skripsi disusun dengan sistematika penulisan laporan penelitian, yang dibagi tiap susunan bab dan keterangan penjelasan dalam tiap bab yang ditulis. Berikut adalah penyusunan bab dan keterangan singkatnya:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang pengetahuan dasar dari teknologi apa saja yang digunakan dalam pembuatan iklan video, salah satunya konsep dasar dan teknik untuk menunjang pembuatan iklan.

BAB III ANALISI DAN RANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan video secara umum dan menjelaskan kelebihan serta kekurangan iklan tersebut menggunakan metode analisis SWOT.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hal-hal apa saja yang telah dicapai peneliti dalam pembuatan iklan televisi. Diantaranya

adalah langkah-langkah pembuatan iklan video *editing*, *rendering*, dan yang terakhir yaitu penayangan di stasiun televisi maupun *social media*.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan hal-hal yang berisi kesimpulan dari proses Pembuatan skripsi dan berisi sarana untuk perbaikan iklan dimasa depan Dan kuisioner untuk pemirsa guna manilai sudah layakkah iklan yang ditayangkan di televisi.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi refrensi-refrensi yang digunakan dalam pembuatan Iklan televisi.

