

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pekembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media, pemanfaatan animasi pada video iklan terkadang memberikan daya tarik tersendiri, terutama pada layanan iklan televisi. Video iklan adalah sebuah media pemasaran yang dapat mencakup 5 unsur multimedia yaitu : video, teks, gambar, animasi, dan suara. Dalam sebuah iklan dimungkinkan juga menggunakan visualisasi hologram.

Hologram adalah produk dari teknologi holografi. Hologram terbentuk dari perpaduan dua sinar cahaya yang koheren dan dalam bentuk mikroskopik. Hologram bertindak sebagai gudang informasi optik. Informasi optik itu kemudian akan membentuk suatu gambar, pemandangan, atau adegan. [1]

Di sini penulis menggunakan iklan media elektronik untuk memperkenalkan Ahola Tropical Drink. Pada pembuatan iklan Ahola Tropical Drink menggunakan teknik motion tracking hologram .Motion tracking hologram merupakan salah satu subjek dari ilmu desain yang banyak digunakan periklanan dalam pembuatan sebuah iklan. Contoh iklan yang menggunakan motion tracking hologram diantaranya STMIK Amikom Yogyakarta, Pepsodent, Gery Salut Coklat, dsb.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menganggap ini sebuah peluang untuk menerapkan teknik motion tracking hologram dalam merancang video iklan untuk Ahola Tropical Drink yang diharapkan bisa menjadi salah satu alternative teknik dalam pembuatan video iklan lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah mengkaji latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut "Bagaimana membuat video iklan untuk Ahola Tropical Drink dengan menerapkan Teknik Motion Tracking Hologram?"

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Iklan Ahola Tropical Drink berdurasi 40 detik.
2. Penulis hanya membahas pada teknik dan tidak membahas pada dampak pembuatan iklan tersebut
3. Pembahasan hanya pada tahap pasca produksi saja yang mengulas tentang penerapan dan pengerjaan teknik motion tracking hologram.
4. Kualitas iklan yang dihasilkan adalah HDTV 1080p 24 High Quality Video, 1920 x 1080 Video Size dengan type data (.mp4)
5. Video iklan Ahola Tropical Drink tayang pada RBTV Yogyakarta

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini secara garis besar adalah :

1. Sebagai media pembelajaran untuk orang yang berminat menggunakan teknik Motion Tracking.
2. Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan “Ahola Tropical Drink” sebagai media promosi, yang dapat membantu dalam publikasi kepada masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1. Bagi penulis

1. Menambah pengalaman dalam bidang pembuatan iklan.
2. Menambah ilmu dalam bidang editing
3. Mendapatkan ilmu baru yang tidak diajarkan di kuliah formal

1.5.2 Bagi Ahola Tropical Drink

1. Mendapatkan iklan yang baru
2. Meningkatkan daya tarik masyarakat supaya berkunjung ke Ahola Tropical Drink

1.5.3 Bagi STMIK AMIKOM Yogyakarta

1. Sebagai refrensi produk iklan untuk mahasiswa yang melakukan penelitian dalam bidang multimedia khususnya iklan televisi

2. Sebagai koleksi karya mahasiswa dalam bidang Industri Multimedia.

3. Sebagai koleksi karya mahasiswa dalam bidang industri multimedia.

1.6 Metode Penelitian

Pengumpulan data sangat penting dalam penyusunan skripsi ini. Pengumpulan informasi dan data harus akurat dan sesuai dengan judul yang penulis angkat sebagai skripsi ini. Dalam pembuatan skripsi ini penulis menerapkan pengambilan data sebagai berikut :

1.6.1 Metode Observasi

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan di teliti serta pencatatan secara cermat. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada Ahola Tropical Drink.

1.6.2 Metode Wawancara

Pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan pihak yang berkepentingan pada Ahola Tropical Drink.

1.6.3 Metode Studi Pustaka

Metode dengan perolehan data dari buku-buku yang telah diterbitkan atau litelarur-litelarur yang merupakan sumber pengetahuan teori mengenai cara pembuatan iklan.

1.6.4 Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan analisis SWOT.

SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari Strength (S), Weakness (W), Opportunities (O), dan Threats (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dimana

yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor didalam perusahaan (S dan W).

1.6.5 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan dibentuk Merancang konsep iklan : Merancang konsep iklan, Merancang isi iklan, Merancang naskah iklan, Merancang Storyboard, dan Memproduksi iklan.

1.6.6 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukakannya review hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan, dan menentukan hasil untuk masuk tahap paska produksi (editing)

1.6.7 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di media televisi atau media lainnya seperti (youtube,instagram, dll)

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menerapkan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang pengantar dari tema judul skripsi penulis. Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan serta perangkat lunak yang digunakan

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang perancangan iklan dari proses pra produksi sampai post produksi. Pembuatan storyboard dan pembuatan ide cerita juga akan dipaparkan dalam bab ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dari proses pembuatan iklan video Ahola Tropical Drink

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi ini..

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.

