

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin majunya perkembangan teknologi informasi juga berdampak pada bidang multimedia. Salah satu produk multimedia yang sering digunakan yaitu iklan. Iklan merupakan salah satu media informasi yang digunakan sebagai alat promosi suatu barang atau jasa. Media penyampaiannya pun berbeda – beda, ada yang melalui media cetak maupun media digital. Iklan melalui media digital adalah iklan yang paling efektif untuk menarik perhatian masyarakat dalam setiap penayangannya. Sehingga mempermudah tempat usaha yang ingin mulai memperkenalkan dan memasarkan produk mereka melalui media periklanan digital.

Usaha Bramanda Fitness dan Café adalah usaha yang bergerak di bidang *fitness* dan memiliki *café* yang menyediakan menu makanan sehat, higienis dan bernetrisi. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan pentingnya kebugaran tubuh khususnya bidang olahraga maka tempat *fitness* membantu memberikan motivasi dan arahan gerakan yang benar dan tepat, tidak hanya trainer yang professional juga penting dalam mewujudkan hal itu.

Diharapkan dengan adanya iklan ini dapat meningkatkan promosi melalui media digital/televisi yang dapat memberikan kemudahan dan memberikan gambaran kepada konsumen untuk berolahraga di Bramanda Fitness dan Café.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat iklan televisi sebagai media promosi untuk Bramanda fitness dan café dengan menerapkan efek visual dan metode *motiongraphic*?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak melebar akan dibatasi pada beberapa hal berikut ini:

1. Iklan berdurasi 30 detik dan akan menjadi kewenangan Bramanda fitness dan café dalam penayangan.
2. Iklan ini berisi fasilitas dan keunggulan yang ada pada Bramanda fitness dan café.
3. Teknik yang digunakan yaitu penerapan efek visual dengan metode motion graphic pada Bramanda fitness dan café.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Strata I Teknik Informatika STIMIK-Amikom Yogyakarta.
2. Menerapkan teknik visual dengan metode motion graphic dalam perancangan iklan Bramanda fitness dan café.
3. Membuat iklan televisi untuk Bramanda Fitness dan Café sebagai media promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu yang didapat selama di STIMIK Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan multimedia dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Audition, Adobe After Effects dan Adobe Premier.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa STIMIK Amikom Yogyakarta dalam membuat iklan televisi.

3. Bagi Bramanda Fitness dan Café

Dapat membantu Bramanda fitness dan café dalam mempromosikan tempat fitness kepada masyarakat.

4. Bagi Masyarakat Luas

Memberikan informasi bagaimana suasana di Bramanda fitness dan café.

1.6 Metode Penelitian

1. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pihak Bramanda Fitness dan Café.

2. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap Bramanda Fitness dan Café.

3. Metode Motion Graphic

Metode pembuatan iklan dengan menggabungkan gambar dan ilustrasi.

4. Metode kepustakaan

metode pengumpulan data dengan menggunakan buku atau internet yang bersangkutan tentang iklan dan animasi *motion graphic* sebagai bahan referensi.

5. Metode kuisioner

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan dan pernyataan kepada orang lain.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berdasarkan pokok permasalahan agar lebih terarah dapat diurutkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan arahan tentang masalah-masalah yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang beberapa teori dasar multimedia, iklan televisi, software dan langkah-langkah yang digunakan sebagai landasan dalam pembuatan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN APLIKASI

Bab ini menjelaskan tentang pembuatan dan perancangan iklan televisi pada Bramanda Fitness and Café.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan proses dan Hasil tahapan dari pembuatan dan perancangan iklan televisi pada Bramanda Fitness and Café.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan kegiatan dan hasil kuisioner yang berisi saran dan tanggapan tentang iklan yang telah dibuat dari pihak Bramanda Fitness dan Café.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat keterangan yang didapat dari beberapa buku dan internet sebagai refrensi dan panduan dalam pembuatan penulisan skripsi

LAMPIRAN