

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan multimedia saat ini sangatlah cepat dan perkembangan multimedia sangat diperlukan dalam berbagai bidang misalnya bidang periklanan. Multimedia adalah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi, audio, dan video dengan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat melakukan navigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi. *Motion graphic* atau *motion grafis* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi desain grafis profesional dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi dan internet. Pada dunia perdagangan, informasi, dan hiburan adalah suatu tantangan, ketika dimana pemirsa/audience memutuskan apakah tidak atau akan untuk saluran, keluar dari situs web, atau ketika menonton trailer, untuk melihat film. Maka dari itulah diperlukan strategi, kreativitas, dan keterampilan dari seorang desainer *broadcasting*, desainer judul film dan animator dalam seni motion grafis.[1] *Live shoot* yaitu Serentetan perekaman tentang orang-orang atau makhluk hidup lainnya yang diperankan oleh seseorang atau beberapa yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatic, dan apabila ini disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhenyut. Live Shoot dapat diartikan Pengambilan gambar secara langsung [2].

Kalangan photo studio masih menggunakan stiker dan sponsor dalam beberapa kegiatan untuk promosi. Stiker dipandang sudah cukup efektif dalam penyajian untuk promosi, hanya saja stiker masih ada kekurangan informasi diantaranya apa yang disampaikan disitu hanya ada informasi alamat dan kontak, tentu saja ini belum bisa memberikan informasi sehubungan dengan kebutuhan yang ada seperti misalnya paket foto dan harga.

Penulis mengusulkan adanya video *motion graphic* dalam penyampaian informasi yang baru, karena dengan *motion graphic* mampu menyampaikan informasi yang lebih detail dan mampu memberikan ilustrasi dibandingkan stiker. Kelebihan tersebut dapat dimanfaatkan dari kalangan photo studio ini untuk mengilustrasikan adegan paket photo dan harga di Kalangan photo studio. Disamping itu penggunaan *live shoot* juga dapat digunakan untuk mengilustrasikan sebuah scene photo yang akan didapatkan oleh pelanggan serta menginformasikan fasilitas yang dimiliki Kalangan Photo studio. Melihat dari uraian tersebut maka media yang baru ini diharapkan dapat memberikan sebuah informasi yang lebih banyak dibandingkan stiker.

Dari latar belakang masalah diatas maka penulis mengambil judul penelitian **“Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Televisi untuk “Kalangan Photo Studio” dengan Penggabungan Live Shoot dan Teknik Motton Graphic”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka pokok pembahasan masalah yang akan diselesaikan pada penelitian ini yaitu :

“Bagaimana merancang iklan televisi dengan live shoot (green screen) dan teknik motion graphics pada Kalangan Studio Photo?”.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, pokok permasalahan adalah bagaimana membuat sebuah video iklan televisi untuk Kalangan Photo Studio dengan penggabungan *live shoot* dan teknik *Motion Graphic*. Maka penulis hanya membatasi masalah sebagai berikut :

1. Iklan ini berupa gabungan *live shot (Green Screen)* dan *motion graphic*.
2. Informasi dari produk seperti paket foto, harga dan fasilitas yang didapatkan .
3. Target penayangan di televisi.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menghasilkan suatu video iklan televisi untuk Kalangan Photo Studio.
2. Membantu Kalangan Photo Studio dalam proses promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Bagi penulis

Sebagai syarat untuk melakukan penelitian sebagai bahan skripsi.

1.5.2 Bagi masyarakat umum

Memberikan informasi kepada para calon atau pelanggan

“Kalangan Studio Photo”.

1.5.3 Bagi Kalangan Photo Studio

1. Sebagai media promosi “Kalangan Photo Studio”.
2. Mengetahui bagaimana pembuatan iklan televisi diproduksi.

1.6 Metodologi Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap video-video iklan, infografis, serta animasi yang menggunakan teknik motion graphic untuk dijadikan referensi dalam menentukan kategori apa saja yang akan di masukkan di dalam video iklan ini.

2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik Kalangan Photo studio itu sendiri yang akan menggunakan jasa video iklan menggunakan teknik motion graphic guna untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data, mengambil gambar obyek dan dokumen terkait. Dengan tujuan gambar hasil dokumentasi dapat digunakan sebagai acuan untuk mendesain komponen-

komponen serta elemen-elemen guna untuk dianimasikan di dalam video iklan.

4. Metode Studi Pustaka

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari literature-literature yang berkaitan dengan penelitian serta mengumpulkan data-data melalui internet dari sumber yang valid untuk mendapatkan pedoman-pedoman bahan tambahan.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis menggunakan metode analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional serta analisis SWOT.

1.6.3 Metode Perancangan

Perancangan video iklan ini dapat menggunakan standar produksi animasi yang didalamnya terdapat beberapa langkah seperti :

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

1.6.4 Metode Testing

Pada tahap ini menggunakan testing dengan kuesioner yang dibagikan kepada sejumlah responden. Dari hasil responden tersebut dirata-rata dan disimpulkan.

1.7 Sistematika Penelitian

Laporan penelitian ini akan disusun secara sistematis dengan dibagi menjadi 5 bab, masing-masing bab akan di urutkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan menguraikan mengenai teori-teori yang akan digunakan penulis sebagai dasar penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini memaparkan tentang gambaran umum serta menguraikan tentang analisis terhadap permasalahan yang ada.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan penjelasan tentang pembuatan video iklan televisi yang akan dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan sebagai pernyataan singkat dari hasil penelitian serta pembuatan video iklan dan sarung yang ditujukan kepada pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar sumber bacaan yang digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian ini.