

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi berkembang begitu cepat, kini semua serba canggih dan terkomputerisasi. Salah satunya adalah teknologi periklanan televisi. Keuntungan dari teknologi yang berkembang begitu pesat, 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 video dalam iklan televisi 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 video menjadi salah satu karya yang bisa digunakan untuk menyampaikan informasi yang mudah diterima oleh penonton.

Pada produk minyak rambut Pomade Tampan untuk memasarkannya masih menggunakan iklan pada social media sehingga kurang efektif dan di kenal oleh masyarakat luas terutama kaum pria, sehingga saya berfikir untuk membuat iklan televisi ini supaya di kenal masyarakat luas dan bisa di nikmati oleh pengguna lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis membuat iklan televisi yang menarik dan mudah dipahami menggunakan teknik live shot dan visual flat design dengan judul “pembuatan Iklan Televisi Minyak Rambut Produk Pomade Tampan”

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 tampan menggunakan live shot dan affter effect untuk memasarkan suatu produk ?

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 live shot.
2. Editor pada vidio menggunakan 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.
6. Iklan ditayangkan di RBTv.

1.4 Maksud dan Tujuan

Dalam pembuatan laporan skripsi ini, tujuannya adalah :

1. Untuk membuat iklan produk Pomade Tampan supaya lebih di minati para konsumen terutama pria.
2. Agar jangkauan pemasaran produk Tampan Pomade 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 Stmik Amicom Yogyakarta.

2. Bagi pengusaha pomade tampan

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

3. Bagi masyarakat umum

- a. Memberikan informasi tentang keberadaan pomade tampan

b. Menarik konsumen unruk membeli produk pomade tampan

1.6 Metode Penelitian

Mengumpulkan data penelitian dalam pembuatan iklan ii, 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 cara melakukan pengamatan langsung pada obyek yang di tuju, yaitu Pomade Tampan Wonosari. Agar mendapatkan gambaran dan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

A. Wawancara

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara 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 Tampan Wonosari.

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 TEORI

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 kuisisioner untuk pemirsa guna manilai sudah layakkah iklan yang ditayangkan di televisi.

DAFTAR PUSTAKA

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