

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa ini persaingan di industri kuliner semakin ketat, hal tersebut mendorong produsen industri kuliner untuk membuat strategi, agar produk mereka dapat dikenal secara luas oleh masyarakat. Salah satunya adalah strategi promosi dengan menggunakan media periklanan. Media periklanan yang umum dikenal masyarakat saat ini adalah media cetak dan media elektronik, yang berupa brosur, majalah, koran, iklan radio dan televisi. Iklan televisi banyak digunakan sebagai media promosi karena memiliki daya tarik yang lebih kuat, karena dapat mencitrakan tentang produk secara langsung dan jelas kepada masyarakat.

Kedai Loempia Boom adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang bisnis kuliner, dengan produk berupa loempia. Loempia Boom sebelumnya sudah melakukan promosi melalui media cetak berupa brosur, serta iklan dimuat pada majalah dan koran, namun hasil yang didapat dari media promosi tersebut belum berdampak maksimal.

Dengan promosi melalui media iklan televisi ini, maka diharapkan produk dari Kedai Loempia Boom dapat dikenal luas oleh masyarakat serta dapat memberikan informasi secara lebih jelas mengenai lokasi, dan produk yang dijual oleh Kedai Loempia Boom. Dalam proyek pembuatan iklan ini digunakan animasi 3 dimensi dengan perpaduan *liveshoot* dan *special effect* agar lebih menarik.

Animasi 3 dimensi digunakan dalam pembuatan iklan ini bertujuan untuk menambah daya tarik dan memberikan kesan *inovatif*.

Dengan berdasarkan pada hal tersebut maka penulis tertarik untuk membantu perusahaan Kedai Loempia Boom untuk membuat media promosi berupa iklan televisi dan membuat laporannya berupa skripsi yang berjudul :

“PERANCANGAN IKLAN TELEVISI KEDAI LOEMPJA BOOM DENGAN MENGGABUNGKAN ANIMASI 3D, LIVE SHOOT DAN SPECIAL EFFECT”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang sebuah iklan televisi Kedai Loempia Boom menggunakan animasi 3 dimensi, *liveshoot* dan *special effect*?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pokok permasalahan yang ada, penulis membuat beberapa batasan masalah antara lain :

1. Penayangan iklan berdurasi 45 detik.
2. Penambahan *special effect* dengan menggunakan animasi 3 dimensi.
3. Software yang digunakan adalah Adobe After Effects CS6, Adobe Premiere CS6, Adobe Illustrator CS6, Video Copilot Element 3D 1.62.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dibuatnya skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata 1 (S1) Sistem Informasi di STMIK Amikom Yogyakarta.
2. Menerapkan dan menggabungkan ide kreatif dengan ilmu yang didapatkan selama mengikuti kegiatan kuliah dengan konsentrasi multimedia dalam perancangan dan pembuatan iklan Kedai Loempia Boom.
3. Membuat iklan untuk memberikan informasi bagi masyarakat mengenai Kedai Loempia Boom.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengenalkan produk Kedai Loempia Boom kepada masyarakat seputar wilayah kota Yogyakarta.
2. Bagi Kedai Loempia Boom dapat dipakai sebagai sarana media promosi dan informasi yang *inovatif*.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan data yang lengkap dan sesuai keinginan, maka penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Pengamatan secara langsung di Kedai Loempia Boom sebagai sumber data penelitian yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penulisan skripsi.

2. Metode Wawancara

Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung terhadap pihak terkait dengan objek yang akan diteliti.

3. Metode Kepustakaan

Metode mengumpulkan data dan referensi dengan mengacu pada buku-buku pedoman *literatur* atau informasi di internet yang akan digunakan untuk mendapatkan kajian teoritis sebagai dasar teori didalam melakukan analisis pembuatan iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sebagaimana laporan ilmiah pada umumnya, maka penulisan menggunakan sistematika skripsi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan ini menjelaskan tentang seputar latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini berisi tentang definisi dan informasi yang berhubungan dengan perancangan sebuah iklan, serta prinsip pembuatan dan software yang digunakan dalam pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bagian ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan yang akan dibuat.

BAB IV PEMBAHASAN

Bagian ini akan mengimplementasikan hasil dari analisis dan perancangan iklan yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisikan kesimpulan dan daftar pustaka.