

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Multimedia merupakan salah satu alat untuk mempermudah penyampaian informasi yang disampaikan dalam bentuk video dan audio. Multimedia juga dapat menghasilkan informasi yang lebih menarik dibandingkan penyampaian informasi tanpa menggunakan multimedia. Sebagai contohnya multimedia dapat digunakan untuk iklan televisi. Kelebihan multimedia khususnya iklan pada televisi adalah dapat memperbesar persentase dan mempercepat untuk mengingat informasi, karena merupakan gabungan dari pandangan, suara, dan gerakan. Lembaga riset dan penerbitan komputer, yaitu *Computer Technology Research (CTR)*, menyatakan bahwa orang hanya mampu mengingat 20% dari yang dilihat, 30% dari yang didengar. Tetapi orang dapat mengingat 50% dari yang dilihat dan didengar, serta 80% dari yang dilihat, didengar dan dilakukan sekaligus. Maka multimedia sangatlah efektif dan dapat menjadi alat yang ampuh untuk promosi kepada klien atau masyarakat luas serta untuk meraih keunggulan bersaing perusahaan dan jasa atau industri di bidang promosi.

Permata hati merupakan singkatan dari "Persiapan Melahirkan Anak Tabung Harapan Suami dan Istri" yang merupakan program khusus tim Infertilitas RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta. Klinik Infertilitas Permata Hati ini

bertujuan mengelola pasangan suami dan istri yang kurang subur dan ingin memiliki anak, dari metode yang sederhana sampai ke metode yang paling canggih, yang dikenal dunia saat ini adalah teknologi reproduksi bantuan (TRB) bayi tabung, injeksi sperma intra sitoplasma, dan sebagainya dengan peralatan laboratorium berstandar internasional. Namun saat ini media penyampaian informasi tentang jasa yang ditawarkan Klinik Infertilitas Permata Hati masih sebatas media cetak atau brosur yang belum menjangkau konsumen secara merata.

Melihat latar belakang diatas, mendorong penulis untuk membuat sebuah media promosi berupa video iklan televisi agar dapat membantu Klinik Infertilitas Permata Hati untuk menyampaikan informasi dan memberikan kemudahan kepada calon pasien untuk mengetahui langkah – langkah atau proses penanganan pasangan suami istri kurang subur yang ingin memiliki anak, sehingga masyarakat mempercayakan Klinik Permata Hati untuk menangani masalah infertilitas atau ketidaksuburan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah “bagaimana merancang dan membuat iklan televisi Klinik Infertilitas Permata Hati RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta yang berisi informasi tentang tahapan atau proses penanganan pasangan suami istri kurang subur yang ingin memiliki anak untuk berobat ke Klinik tersebut?”

### 1.3 Batasan Masalah

Maka perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat di cari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya :

- a. Iklan televisi menggunakan teknik *lap shoot*, *motion graphic*, dan animasi 3D.
- b. Iklan televisi berisi tentang tahapan atau proses penanganan di Klinik Infertilitas Permata Hati RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta
- c. Iklan televisi ini berdurasi 60 detik.
- d. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan televisi ini adalah Adobe Illustrator, Adobe After Effect, dan Adobe Audition.
- e. Direkam menggunakan kamera DSLR Canon
- f. Menggunakan format *file video* .AVI dengan kualitas Full HD dengan resolusi 1920x1080p
- g. Penelitian ini dilakukan sampai penayangan iklan di televisi local RBTv oleh pihak peneliti dan pihak Klinik Infertilitas Permata Hati

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah :

1. Memperkenalkan Klinik Infertilitas Permata Hati kepada masyarakat luas melalui video iklan.

2. Menarik *audience* agar membuka website Klinik Infertilitas Permata Hati sehingga *audience* mendapatkan lebih banyak informasi tentang Klinik Infertilitas Permata Hati.
3. Membuat video iklan televisi yang berisi langkah – langkah atau proses penanganan pasangan suami istri kurang subur di Klinik Infertilitas Permata Hati RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta. Termasuk sarana dan prasarannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang dan membuat iklan televisi Klinik Infertilitas Permata Hati RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.

## **1.5 Metode Penelitian**

Dalam melakukan studi pencarian fakta untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan antara lain:

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut :

#### **1. Wawancara**

Peneliti melakukan tanya jawab langsung kepada manajer pemasaran dan kepala manajer serta pihak – pihak terkait untuk mencari data tentang Klinik Infertilitas Permata Hati agar memperoleh data yang akurat dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

## 2. Pengamatan Langsung

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu dengan melihat beberapa tempat dan beberapa angle komposisi untuk kebutuhan pengambilan gambar dan menunjukkan kelebihan Klinik tersebut, seperti laboratorium, ruang bedah dll.

## 3. Metode Kearsipan

Peneliti menggunakan metode ini dengan meneliti data – data yang diperoleh dari arsip – arsip Klinik Infertilitas Permata Hati, untuk mengetahui data – data pasti seperti tanggal peresmian, visi dan misi, jumlah pasien, dan data – data penting lainnya.

## 4. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi pustaka untuk mendapatkan informasi atau konsep – konsep teoritis menggunakan buku, jurnal, artikel atau situs website terpercaya sebagai bahan referensi.

### 1.5.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT dan analisis kebutuhan dalam penelitian ini.

### 1.5.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan video iklan yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video iklan televisi meliputi penentuan ide cerita, pengumpulan data hingga pembuatan *storyboard* dan naskah sesuai dengan kebutuhan Klinik Infertilitas Permata Hati.

#### 1.5.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahap produksi yang meliputi pengambilan gambar hingga visualisasi data. Setelah itu tahap pasca produksi yang meliputi *compositing* dan *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap *finishing* berupa *rendering* dan *distributing*.

#### 1.5.5 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan penayangan hasil akhir video iklan di televisi local Yogyakarta, di website Klinik Permata Hati dan di beberapa situs website lain yang dapat dengan mudah di jangkau masyarakat luas. Serta penggunaan metode *alpha testing* berupa *questioner* kepada beberapa masyarakat umum atau mahasiswa, praktisi multimedia dan karyawan Klinik Permata Hati sebagai uji kelayakan video iklan.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan secara sederhana yang terdiri dari:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahastentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II      LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka berupa referensi – referensi yang pernah ada dengan tema sama, kemudian menguraikan teori – teori yang mendukung judul dan mendasari pembahasan secara detail.

**BAB III     ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini membahas tentang tinjauan umum atau deskripsi singkat Klinik Infertilitas Permata Hati yang diperoleh dari pengumpulan data, kemudian membahas tentang analisis SWOT, analisis kebutuhan dan analisis pra produksi.

**BAB IV     IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang langkah produksi dan pasca produksi pada pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik lap shoot, animasi 3D dan *motion graphic*.

**BAB V      PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari keseluruhan pembahasan dari bab – bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan jawaban yang menjadi pokok pembahasan dari rumusan masalah, dan saran yang diberikan merupakan harapan untuk pengembangan serta perbaikan iklan yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.