

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Multimedia merupakan teknologi yang secara masif dan konstan digunakan dalam dunia hiburan di era informasi yang berkembang secara pesat ini. Teknologi Multimedia merupakan bentuk sempurna dalam menciptakan presentasi yang dinamis, interaktif serta dapat merepresentasikan kekreatifan seseorang karena mengkombinasikan sound, teks, grafik, animasi, audio, video bergerak. Multimedia adalah sebuah solusi yang baik untuk mempresentasikan sebuah pesan dan media promosi dengan cara yang mudah dipahami oleh *user*.

Teknologi ini dapat diterapkan dalam pembuatan film, *video clip*, *company profile*, *television advertisement*, dan lain sebagainya, karena memudahkan sebuah pihak untuk meningkatkan daya tarik kepada target marketnya. Dengan semakin berkembangnya multimedia, semakin banyak pihak awam maupun profesional menciptakan metode baru secara teknik dan ide dalam multimedia.

Penulis dapat melihat peluang untuk memanfaatkan multimedia untuk diterapkan pada *television advertisement video* Griya Creative. Yaitu dengan menggunakan metode *High Dynamic Range Hyperlapse*. Dimana metode ini dapat memberikan gambaran dari keseluruhan bidang jasa yang ditawarkan oleh Griya Creative dengan cara yang unik dan memberikan perspektif baru akan jasa yang ditawarkan kepada *client*.

1.2 Rumusan Masalah

Pokok permasalahan yang ada dalam skripsi ini adalah bagaimana membuat iklan yang kreatif dengan metode *High Dynamic Range Hyperlapse* sehingga mendapatkan posisi yang baik di hati konsumen?

1.3 Batasan Masalah

Memberikan fungsi pembatas agar pembahasan dapat lebih terperinci dan dimungkinkan pengambilan keputusan yang pasti, batasan pada skripsi ini adalah :

1. Pembuatan iklan ini ditunjukkan pada pihak Griya Creative khususnya sebagai media promosi.
2. Iklan yang akan dibuat, ditargetkan untuk ditayangkan di stasiun televisi lokal.
3. Pembuatan iklan ini menggunakan *software* sebagai berikut : Adobe Premiere Pro CS6, Adobe After Effects CS6, Adobe Photoshop CS6 dan NIK Software Collection.
4. Pembuatan iklan ini hanya terbatas kepada 2 metode utama yaitu *Hyperlapse* dan *High Dinamic Range (HDR)*

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pengusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis dan Perancangan Iklan Griya Creative sebagai media promosi dengan metode baru yang unik *High Dynamic Range Hyperlapse*.

2. Menentukan masalah dan memberikan penyelesaian yang efektif dan efisien bagi Griya Creative dalam proses beriklan.
3. Mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai jasa yang ditawarkan Griya Creative dan informasi lainnya.

1.5 Metode Penelitian

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

1.5.1 Metode Pengumpulan data

1.5.1.1 Wawancara (interview)

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada owner yang berdasarkan atas tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Griya Creative, bertujuan untuk memperoleh data yang berdasarkan fakta sebagai analisa dan penelitian.

1.5.1.2 Pengamatan langsung (observasi)

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu bebempa macam produk jasa yang menjadi favorit pengguna jasa Griya Creative ataupun produk yang ingin ditonjolkan dalam iklan untuk kebutuhan gambar untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

1.5.1.3 Metode Kearsipan

Metode ini dilakukan dengan cara meneliti data-data yang diperoleh dari arsip-arsip dari Griya Creative, untuk mengetahui data-data pasti seperti hari penting dalam ruang lingkup Griya Creative dan lainnya.

1.5.1.4 Perpustakaan (*library*)

Metode ini dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah, koran dan lain-lainya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan televisi.

1.5.2 Metode Analisis

Pada bagian ini penulis mencoba menganalisis iklan televisi dengan tema yang sama atau mendekati tema yang penulis teliti untuk diidentifikasi dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya. Penulis mencoba menganalisis dengan detail menggunakan Analisis SWOT

1.5.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan penggambaran bagaimana iklan dikembangkan. Pada tahapan ini rancangan iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan Griya Creative. Dimana penulis melakukan tahap pra produksi sebagai berikut:

1. Penentuan tema
2. Pembuatan plot cerita
3. Pembuatan Sinopsis

4. Penentuan scene dalam produksi
5. Pembuatan Story board
6. Penyusunan Anggaran

1.5.4 Pengambilan gambar dan editing

Menterjemahkan hasil proses perancangan menjadi sebuah gambar bergerak yang ditujukan untuk kebutuhan televisi. Pengambilan akan dilakukan dengan standard resolusi Full HD 1920 x 1080 Pixel.

1.5.5 Implementasi

Merupakan tahap meletakkan sebuah iklan televisi untuk ditayangkan. Tahapan ini meliputi review dan penayangan iklan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

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

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan televisi untuk media promosi, antara lain konsep dasar iklan, konsep dasar software yang digunakan.

BAB III: ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang analisis dan perancangan iklan televisi secara umum serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV: IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas tentang hal-hal yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoreksian iklan, dan hasil implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V: PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses pembuatan iklan televisi dan berupa saran untuk perbaikan iklan yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Diuraikan mengenai keterangan dari buku-buku dan literature lain yang menjadi acuan dalam penyusunan Skripsi ini.