

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Iklan adalah setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seorang pembeli potensial dan mempromosikan penjual suatu produk atau jasa. Untuk mempengaruhi pendapat publik, memenangkan dukungan publik untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan keinginan si pemasang iklan. Sedangkan menurut Paul Copley,

Advertising in by and large seen as an art-the art of persuasion and can be defined as any paid for communication designed inform and or persuade (Digital Imaging untuk iklan, 2009).

Iklan merupakan sebuah seni dari persuasi didefinisikan sebagai desain komunikasi yang dibiayai untuk menginformasikan dan untuk membujuk. Pada dasarnya iklan merupakan sarana komunikasi yang digunakan komunikator dalam hal ini perusahaan atau produsen untuk menyampaikan informasi tentang barang atau jasa kepada publik, khususnya pelanggan melalui media masa. Selain itu, semua iklan dimuat dengan tujuan yang sama yaitu untuk memberi informasi dan membujuk para konsumen untuk mencoba atau mengikuti apa yang ada di iklan tersebut, dapat berupa aktivitas mengkonsumsi produk dan barang atau jasa yang ditawarkan. Dalam dunia periklanan, animasi sudah mulai menjadi salah satu bidang yang digunakan selama beberapa tahun terakhir. Iklan animasi bisa menimbulkan banyak efek. Berbeda bila menggunakan iklan dengan media

manusia. Contohnya iklan animasi dengan situasi dan kondisi orang yang ramai bisa dilakukan salinan data untuk objek yang banyak namun, bila menggunakan media orang harus dengan jumlah yang banyak.

Berpegang dari konsep diatas, maka penulis membuat tugas akhir dengan judul : **“Perancangan Iklan Sepeda Motor Matic Yamaha”** dengan tampilan grafis dan animasi yang menarik.

I.2. Ruang Lingkup Permasalahan

Lingkup permasalahan dibahas terdiri dari :

I.2.1. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang ada adalah sebagai berikut :

1. Masih sedikitnya iklan yang menggunakan animasi 3 dimensi karena keterbatasan kemampuan.
2. Penggunaan iklan dalam bentuk animasi 3 dimensi jauh lebih murah dari pada shooting langsung dengan artis, oleh karena itu iklan animasi 3 dimensi akan terus dikembangkan.
3. Meningkatkan permintaan pembuatan iklan dengan menggunakan animasi 3 dimensi, karena objek yang dibuat dapat menyerupai bentuk aslinya.

I.2.2. Rumusan Masalah

Meninjau dari pokok permasalahan yang telah penulis uraikan pada latar belakang diatas maka dapat diambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang sebuah layanan iklan yang menarik dengan teknik 3 dimensi.

2. Bagaimana menyediakan layanan iklan yang memiliki informasi iklan yang bermanfaat.
3. Bagaimana menciptakan sebuah layanan iklan yang dapat menampilkan informasi tentang misi iklan yang disampaikan.

I.2.3. Batasan Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup pembahasan, maka masalah yang dibahas dibatasi pada masalah :

1. Iklan hanya berupa simulasi dengan contoh sepeda motor matic yamaha.
2. Simulasi iklan dibuat dengan gambar 3 dimensi.
3. Software yang digunakan dalam pembuatan animasi iklan dengan menggunakan 3D Studio Max.

I.3. Tujuan Dan Manfaat

I.3.1. Tujuan

Tujuan dari penyusunan Tugas Akhir :

1. Membuat perancangan yang menarik sehingga pesan yang disampaikan diterima oleh masyarakat.
2. Mengenalkan pembuatan iklan animasi dengan contoh produk sepeda motor matic yamaha pada mahasiswa dan mahasiswi.
3. Mengembangkan pola keilmuan dalam membuka wawasan pengetahuan baru sesuai dengan bidang teknologi informasinya khususnya dalam pembuatan animasi 3 dimensi.

4. Memberikan pengetahuan mengenai seluk-beluk dunia animasi serta unsur-unsur yang ada didalamnya.

I.3.2. Manfaat Dari Penelitian Praktek Kerja Lapangan

Adapun manfaat yang dilakukan oleh penulis antara lain adalah :

1. Agar mengerti tentang tata cara pembuatan iklan produk sepeda motor matic yamaha.
2. Agar aplikasi iklan animasi yang dibuat jika berhasil dengan baik, tentunya dapat digunakan oleh instansi atau perusahaan sebagai referensi dalam pembuatan aplikasi iklan produk animasi.
3. Bermanfaat bagi masyarakat agar dapat mengerti makna dari iklan yang disampaikan.
4. Bagi produsen iklan animasi dapat membantu mempromosikan produk yang dibuat agar lebih dikenal masyarakat.

I.4. Metode Penelitian

Dalam pembuatan tugas akhir ini, ada beberapa metode penelian yang penulis lakukan adalh mengambil teori-teori dalam buku yang berkaitan dengan pembuatan aplikasi iklan animasi menggunakan 3D Studio Max.

Dalam pembuatan tugas akhir ini, ada beberapa metode penelitian yang penulis lakukan. Metode-metode tersebut adalah :

1. Riset Pustaka (*Library Research*)

Penulis mengambil teori-teori dari buku-buku yang berkaitan dengan pembuatan aplikasi desain berbasis 3 dimensi menggunakan 3D Studio Max.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Dalam metode penelitian lapangan ini, penulis menggunakan teknik untuk mengumpulkan data-data antara lain :

a) Identifikasi

Pengenalan tentang produk iklan dan tata cara pembuatan produk iklan animasi.

b) Konseptualisasi

Pembuatan konsep tentang iklan produk yang akan dibuat.

c) Implementasi

Setelah konsep iklan produk sepeda motor matic sudah didapat maka pembuatannya dituangkan kedalam aplikasi 3D Studio Max sesuai dengan perancangan.

I.5. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan tugas akhir sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, ruang lingkup permasalahan, tujuan dan manfaat, metode-metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori yang berkaitan dengan aplikasi yang digunakan dan alat yang digunakan.

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN

Pada bab ini membahas tentang cara kerja dari metode yang digunakan dalam simulasi iklan animasi.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan dari penelitian serta menampilkan hasil perancangan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran penulis dari tugas akhir tentang pembahasan aplikasi animasi.