

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi menjelma menjadi salah satu kebutuhan primer bagi setiap orang, ditandai dengan kian beragam jenis media yang berkembang pesat saat ini. Salah satunya adalah media iklan televisi. Kegiatan promosi melalui media iklan televisi memberikan daya tarik tersendiri bagi para pemirsanya. Penyampaian informasi yang jelas dan menarik tentu akan berdampak baik pada tanggapan dari konsumen yang berbanding lurus dengan peluang bagi produsen menghasilkan lebih banyak keuntungan.

Upaya promosi guna mendapatkan konsumen bukanlah proses yang mudah. Melalui penelitian yang dilakukan oleh penulis di objek penelitian Cupuwatu Garden, penulis menemukan bahwa upaya promosi melalui iklan di media cetak seperti surat kabar dan brosur, serta iklan di radio dan media sosial telah dilakukan oleh Cupuwatu Garden dan dirasa kurang memperoleh hasil maksimal. Upaya promosi melalui media iklan televisi diharapkan mampu memperluas penyebaran informasi mengenai Cupuwatu Garden.

Cupuwatu Garden dibuka pada bulan Februari 2015. Sebelum Cupuwatu Garden ini berdiri, terlebih dulu didirikan Cupuwatu Resto yang terletak berseberangan dengan Cupuwatu Garden. Cupuwatu Resto berdiri pada tahun 2011, karena itu pengunjung yang datang lebih banyak di Resto. Diharapkan

dengan adanya iklan ini, bisa membantu menyamai pendapatan antara Resto dan Garden.

Dari latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk membantu perusahaan membuat iklan televisi dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul "Pembuatan Iklan pada Cupuwatu Garden Dengan Teknik Live Shoot dan *Motion graphic* Sebagai Media Promosi".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu: Bagaimana membuat iklan televisi Cupuwatu Garden dengan menggunakan teknik Live Shoot dan *Motion graphic* sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka batasan masalah adalah :

1. Iklan ini dibuat untuk Cupuwatu Garden sebagai media promosi dalam bentuk video.
2. Peneliti menawarkan teknik Live Shoot dan *Motion graphic* yang diterapkan dan memproduksi iklan serta ikut serta dalam mendistribusikannya.
3. Iklan ini dibuat untuk ditayangkan melalui media stasiun televisi lokal yang memiliki *coverage area* wilayah DI Yogyakarta dan sekitarnya.
4. Hasil pembuatan akan berbentuk iklan berdurasi kurang lebih 30 detik dan menggunakan format standar beriklan di stasiun televisi.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah membuat iklan pada Cupuwatu Garden dengan teknik live shoot dan *motion graphic* sebagai media promosi.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membuat video iklan dengan teknik Live Shoot dan *Motion graphic* untuk Cupuwatu Garden.
2. Untuk memperkenalkan secara fisik Cupuwatu Garden.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata 1 Sistem Informasi pada STMIK Amikom Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai Cupuwatu Garden dan permasalahan yang akan diteliti.

2. Observasi

Data Metode ini digunakan penulis untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengamati dan

menentukan poin-poin penting yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

3. Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

1.5.2 Metode Analisis Data

Analisis terhadap objek yang akan diambil sumber datanya untuk keperluan pembuatan iklan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model analisis kebutuhan (fungsional dan non fungsional).

1.5.3 Metode Perancangan/ Pembuatan Iklan

Merancang proses pra produksi yang nantinya bisa mempermudah dalam proses pembuatan iklan.

1.5.4 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan dihadapan objek penelitian dan penayangan di stasiun televisi lokal di Yogyakarta.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat 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 Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang dipergunakan untuk membuat sebuah iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan.

BAB V PENUTUP

Bab Bagian ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber ataupun buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi ini.

