

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Periklanan adalah hal yang akan selalu hidup dimasa sekarang mau masa mendatang. Sedangkan kekuatan iklan terletak pada bahasa, gambar, animasi, serta ide kreatif. Dengan adanya teknologi seperti sekarang, iklan menjadi salah satu cara perusahaan-perusahaan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mereka melalui media periklanan digital seperti televisi.

ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Jasa yang di ditawarkan di ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA adalah jasa penyewaan alat-alat musik untuk digunakan latihan didalam studio musik. Selain itu juga ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA juga memberikan jasa untuk rekaman suara. Iklan ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA akan berbentuk sebuah video dengan menerapkan teknik *motion graphic*. Penerapan teknik *motion graphic* sangat bermanfaat untuk membuat video menjadi lebih menarik, lebih indah, dan lebih berkelas. Berdasarkan uraian diatas maka penulis berniat untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul: *Perancangan Dan Pembuatan Iklan Tv Rockstar Studio Yogyakarta.*

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana membuat media promosi untuk ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA berupa iklan.

1.3. Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Iklan ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA berdurasi 30 detik .
2. Pembuatan iklan menggunakan teknik *motion graphic*.
3. Hasil akhir akan diserahkan pada ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA.
4. Menggunakan format standard iklan adalah HDTV 1080 (High Defination Television) ukuran yang digunakan 1920 x 1080 25fps.
5. Penulis hanya akan menayangkan iklan ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA satu kali selebihnya menjadi kewenangan ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA untuk menayangkan.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Merancang dan membuat iklan tentang layanan ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA.
2. Sebagai salah satu media untuk promosi ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA pada masyarakat.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1. Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data atau informasi yang benar, relevan, dan akurat sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian, untuk itu penulis mengembangkan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

1.5.1.a. Metode Observasi / Observation

Yaitu peneliti melakukan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung terhadap ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA untuk mendapatkan point-point penting yang berhubungan dengan pembuatan iklan.

1.5.1.b. Metode Wawancara / Interview

Yaitu penulis berkomunikasi secara langsung dengan pegawai ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan. Metode wawancara digunakan

penulis untuk mendapatkan informasi sehingga penulis mendapatkan data-data yang benar dan akurat.

1.5.1.c. Metode Kepustakaan / Library

Yaitu penulis melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku dan contoh skripsi yang ada untuk digunakan sebagai referensi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sehingga nantinya dapat membantu terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.

1.5.1.d. Metode Kearsipan / Documentation

Yaitu penulis melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari data-data, arsip, maupun artikel yang sudah ada yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

1.5.2. Tahapan Penelitian

1.5.2.a. Identifikasi Masalah

Dalam identifikasi masalah, dipaparkan masalah-masalah yang ada pada ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA .

1.5.2.b. Analisis Kebutuhan

Tahapan ini dilakukan dengan cara melakukan studi tentang kebutuhan-kebutuhan yang akan menunjang iklan baru agar dapat mengatasi masalah yang timbul sebelum dibuat iklan yang baru tersebut.

1.5.3. Perancangan Iklan

1.5.3.a. Merancang konsep iklan

Merancang konsep merupakan langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Di dalam perancangan konsep setelah pengumpulan data. Di dalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat. Untuk dapat merancang konsep dalam membuat iklan sangat dibutuhkan kreativitas.

1.5.3.b. Merancang isi iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan isi dari merancang konsep atau implementasi dari strategi kreatif. Merancang isi meliputi mengevaluasi dan memiliki daya tarik pesan, memberikan pesan yang bisa menjadi daya tarik kepada calon konsumen. Untuk menyampaikan isi iklan ini biasanya diambil dari keunggulan perusahaan yang bisa dijadikan minat tujuan konsumen untuk memiliki produk atau bergabung bersama perusahaan tersebut.

1.5.3.c. Merancang naskah iklan

Dalam merancang naskah menentukan dialog dan urutan elemen- elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata – kata yang digunakan untuk membidik pasar yang tepat, serta memperhatikan aspek – aspek yang menonjol untuk menghasilkan iklan yang tepat sasaran.

1.5.3.d. Merancang storyboard

Sebelum memulai memproduksi iklan diperlukan storyboard. Storyboard adalah serangkaian gambar sketsa yang menggambarkan urutan atau alur cerita setelah naskah iklan dan rancangan animasi yang dibuat selesai.

1.5.3.e. Memproduksi iklan

Tahap ini adalah aksi dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya. Memproduksi system multimedia dibagi dalam 3 tahap. Yaitu pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi.

1.5.4. Implementasi

Tahapan ini merupakan metode untuk mengimplementasikan karya yang dibuat sebagai karya ilmiah oleh penulis.

1.6. Kesimpulan

Tahapan ini berisi kesimpulan, kritik dan saran dari semua pembahasan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, untuk itu penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Landasan teori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

Bab III Analisis Dan Perancangan

Bab ini berisi tinjauan umum yang menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan pembuatan iklan tersebut.

Bab IV Implementasi Dan Pembahasan

Pada bab ini berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, juga hasil tahapan yang diberikan.

Bab V Penutup

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil tes quisioner dari pihak ROCKSTAR STUDIO YOGYAKARTA terhadap iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan yang dibuat.

