

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi merupakan salah satu bentuk pemanfaatan dari kemajuan teknologi komputer. Karena kebutuhan masyarakat dunia akan informasi dewasa ini semakin meningkat, sehingga keberadaan komputer dirasa sangat selaras dalam upaya pemenuhan kebutuhan tersebut.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi komputer semakin menunjukkan kemajuan yang sangat pesat dan saat ini keberadaannya bagi kalangan tertentu merupakan kebutuhan yang sangat mutlak harus ada. Multimedia merupakan salah satu cara yang tepat untuk mempermudah penyampaian informasi dalam bentuk audio video. Dengan adanya multimedia manusia bisa berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, teks, audio, animasi dan video. Selain itu multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih hidup dan menarik. Sebagai contoh, multimedia dapat digunakan untuk membuat iklan televisi, untuk keperluan presentasi atau seminar, mendesain majalah dan membuat film-film animasi, seperti film-film kartun, bahkan pembuat film cerita maupun pembuatan video klip musik.

Pemanfaatan multimedia di bidang periklanan pertelevisian, mempunyai andil yang sangat besar sebagai sarana informasi dan komunikasi. Untuk memproduksi iklan televisi harus melalui 3 tahap, yaitu tahap praproduksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi.

Perancangan iklan televisi mempunyai peran yang penting sebelum memproduksi iklan. Alur cerita yang akan menyampaikan informasi tentang suatu produk yang diiklankan di buat dalam proses perancangan iklan. Maka dalam perancangan iklan perlu adanya strategi, yang nantinya iklan yang di hasilkan benar-benar sesuai dengan sasaran yang dituju.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian Latar Belakang Masalah diatas maka penulis dapat menarik permasalahan yang dihadapi yaitu bagaimana merancang iklan layanan masyarakat pentingnya bersepeda untuk mengurangi polusi udara dan Pemanasan Global yang efektif.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dimaksudkan untuk memberikan arah yang lebih jelas bagi penulis untuk meneliti dan menentukan metode atau cara yang tepat dan cepat, serta tercapainya tujuan penelitian yang dilakukan. Sesuai dengan tema yang diangkat dan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian ini maka batasan masalah yang akan dipelajari adalah, pengetahuan tentang bagaimana merancang iklan yang efektif.

D. Tujuan

1. Internal

Pengertian internal yang dimaksud adalah penulis, dalam hal ini adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta adalah sebagai berikut :

- ☞ Dapat Mengembangkan ide dan pola keilmuan dalam merancang sebuah iklan.
- ☞ Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh selama kuliah di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.
- ☞ Sebagai syarat kelulusan program Strata 1 jurusan Sistem Informasi pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.

2. Eksternal.

- ☞ Menambah pengetahuan tentang perancangan iklan televisi.
- ☞ Sebagai referensi buat teman-teman/adik-adik kelas yang tertarik dalam perancangan iklan televisi.
- ☞ Menambah perbendaharaan dan wawasan ilmu pengetahuan dalam teknologi informasi dan multimedia.
- ☞ Sebagai alternatif baru dalam menggali kemampuan dan meningkatkan kreatifitas diri dalam bidang Entertine dan juga di bidang Broadcast.

E. METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam pengumpulan data guna memperlancar proses pembuatan tugas ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

1. Interview

Yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung terhadap bagian yang terkait dengan penelitian, yang dapat memberikan gambaran tentang bagaimana cara merancang iklan.

2. Kepustakaan

Yaitu metode yang dilakukan untuk mendapatkan data melalui telaah buku yang berhubungan dengan pembuatan Skripsi ini.

3. Dokumentasi

Dengan cara mengambil gambar (video) atau data-data , yang berhubungan dengan penelitian skripsi untuk dijadikan sebuah obyek pada program skripsi ini.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah penulisan tugas akhir ini, penulis menggunakan sistematika skripsi sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang masalah perkembangan teknologi, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan laporan.

BAB II. DASAR TEORI

Pada bab ini akan diuraikan teori tentang konsep dasar Iklan, manajemen periklanan, strategi perancangan iklan tv, peralatan dasar produksi iklan tv.

BAB III. ANALISA DAN PERANCANGAN IKLAN

Pada bab ini akan memberikan Penjelasan tentang analisis pieces, analisis biaya manfaat, pra produksi, produksi, pasca produksi.

BAB IV. PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan tentang strategi dalam perancangan iklan layanan masyarakat pentingnya bersepeda untuk mengurangi polusi udara dan pemanasan global.

BAB V. PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA