

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi Informasi sekarang ini sudah semakin berkembang, kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan, perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang periklanan, khususnya periklanan dalam media televisi.

Dalam sebuah periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menginformasikan suatu produk baik jasa maupun barang, periklanan televisi menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan text.

Sebuah Toko Sepeda di Yogyakarta yaitu "Pedro'S Pit Shop Yogyakarta" adalah toko sepeda yang menjual sepeda-sepeda berkualitas baik, yang dituntut untuk memperluas informasi toko sepeda dari kawasan Yogyakarta sampai Jawa Tengah pada khususnya. Toko sepeda ini sebenarnya sudah melakukan pengenalan informasi, tetapi hanya dari mulut ke mulut sehingga hasilnya masih kurang maksimal.

Melihat adanya permasalahan diatas penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentang "Perancangan Dan Pembuatan Iklan Televisi Pada Pedro'S Pit Shop Yogyakarta" untuk berupaya semaksimal mungkin membuat sebuah iklan televisi untuk menginformasikan Pedro'S Pit Shop dikalangan masyarakat luas pada umumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya yaitu : Bagaimana membuat sebuah iklan televisi untuk menginformasikan toko sepeda Pada Pedro'S Pit Shop Yogyakarta.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian ini hanya dibatasi pada :

- a. Iklan ini berdurasi 30 detik.
- b. Iklan ini direkam dengan kamera Canon EOS 600D.
- c. Iklan ini berisi tentang informasi toko sepeda Pedro'S Pit Shop Yogyakarta.
- d. Iklan ini ditayangkan di RBTv Yogyakarta.
- e. Standar untuk sebuah iklan televisi adalah PAL.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Merancang sebuah iklan televisi untuk menginformasikan sesuai kebutuhan pada Pedro'S Pit Shop Yogyakarta yang nantinya akan ditayangkan di RBTv Yogyakarta.
2. Memperkenalkan Pedro'S Pit Shop Yogyakarta ke masyarakat, agar masyarakat tertarik untuk berkunjung.
3. Memperlihatkan kelengkapan-kelengkapan barang yang dijual, mulai dari penjualan sepeda, servis sepeda, perakitan sepeda, sparepart, dan aksesoris sepeda kepada masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah:

1. Manfaat bagi penulis
 - a. Memperoleh gambaran nyata tentang informasi Pedro'S Pit Shop.
 - b. Dapat menambah pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut Perancangan Iklan Televisi.
 - c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program SI Sistem Informasi STIMIK "AMIKOM" Yogyakarta.
2. Manfaat bagi Pedro'S Pit Shop
 - a. Memberikan masukan dan gambaran kepada Pedro'S Pit Shop tentang periklanan televisi.
 - b. Menambah media informasi Pedro'S Pit Shop untuk kegiatan periklanan.

1.6 Metode Penelitian

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

1. Pengumpulan data
 - a. Wawancara (Interview)

Mengadakan tanya jawab langsung kepada pemilik toko sepeda untuk mencari data tentang Pedro'S Pit Shop untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

b. Pengamatan Langsung (Observasi)

Penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu beberapa produk yang dijual untuk kebutuhan pengambilan gambar, untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

c. Metode Kearsipan

Meneliti data-data yang diperoleh dari arsip Pedro'S Pit Shop, untuk mengetahui data-data asli seperti tanggal peresmian dan lainnya.

d. Perpustakaan (library)

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

2. Analisis

Mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan dalam iklan televisi sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya.

3. Perancangan

Tahap ini merupakan gambaran bagaimana iklan dibentuk sesuai rancangan iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan Pedro'S Pit Shop.

4. Pengambilan gambar dan editing

Merancang dan membuat sebuah bentuk video untuk kebutuhan televisi.

5. Implementasi

Meletakkan sebuah iklan televisi untuk ditayangkan. Tahap ini meliputi pengoreksian dan penayangan iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitanya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan televisi untuk media informasi, seperti konsep dasar iklan, konsep dasar software yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan iklan televisi secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoperasian iklan dan implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari proses pembuatan iklan televisi dan saran untuk perbaikan iklan yang sudah dihasilkan untuk masa yang akan datang.

