

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

OLLIN BAKERY & CAKESHOP merupakan sebuah perusahaan yang sudah tidak asing lagi di Indonesia, industry bakery & cakeshop ini mulai berkembang pesat dikalangan masyarakat. Dengan adanya peluang tersebut, perusahaan ini memanfaatkan peluang yaitu dengan cara membuka sebuah industry roti sebagai makanan alternative.

Seiring dengan berkembangnya bakery & cakeshop perusahaan harus bersaing ketat untuk memperebutkan para pelanggan. Melihat pesatnya usaha bakery & cakeshop di Indonesia, perlu untuk melakukan produk-produk yang baru agar semakin menarik. Oleh karena itu perusahaan industry harus mempunyai produk yang baru, inovasi dan berkualitas, agar memberikan nilai tambah tersendiri bagi masyarakat untuk lebih dikenal secara luas. Tidak hanya dengan produk yang baru, inovasi dan berkualitas, melainkan perusahaan harus mempunyai produk yang memiliki rasa yang khas, dengan adanya rasa yang khas perusahaan ini tentu akan mempunyai nilai jual yang tinggi dan lebih besar. Dengan adanya produk yang baru, inovasi, rasa yang khas dan berkualitas ini dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi para pelanggan, sehingga mengakibatkan kepuasan pelanggan menjadi salah satu perhatian utama bagi para perusahaan bakery & cakeshop tersebut.

Dengan demikian perusahaan bakery & cakeshop ini bisa menjadikan sebuah usaha yang menjanjikan apabila usaha dikelola dengan baik, maksimal dan bertanggung jawab.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah yaitu bagaimana cara membuat Iklan TV OLLIN Bakery & Cakeshop.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam skripsi ini penulis membatasinya pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di OLLIN Bakery & Cakeshop Sinduharjo, Ngaglik Sleman, Yogyakarta.
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan adalah live shot.
3. Iklan berisi produk OLLIN Bakery & Cakeshop.
4. Iklan yang dibuat adalah iklan televisi.
5. Ukuran video iklan televisi adalah PAL.
6. Format iklan televisi adalah AVI.
7. Software yang digunakan adalah Adobe Photoshop CC & CS6, Adobe After Effect CC & CS6, Adobe Premiere Pro CS6, serta Adobe Audition CS6.
8. Penelitian ini hanya sampai pada uji coba iklan kepada pihak OLLIN Bakery & Cakeshop.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Menemukan cara agar perusahaan tetap berkembang dengan pesat.
2. Mengetahui bagaimana cara perusahaan bersaing dengan perusahaan lainnya.
3. Menemukan cara agar produk bisa dikenal oleh masyarakat secara luas.

4. Sebagai penerapan pengembangan ilmu yang didapat dalam perkuliahan selama masa studi di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
5. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana program studi STRATA-1 di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1.1 Penulis

Sebagai tambahan pengalaman dan kreatifitas dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama duduk di bangku kuliah dan menambah ilmu tentang lingkungan dunia kerja.

Mengetahui perkembangan promosi sebagai referensi pembuatan iklan OLLIN Bakery & Cakeshop.

2.1 Perusahaan

Mengetahui seberapa penting media periklanan televisi sebagai alat untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas, agar perusahaan dapat mempromosikan produk yang dimilikinya.

Untuk mengetahui factor-faktor kualitas produk apa yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian yang digunakan dalam penulisan ini baik dalam menyelesaikan penulisan maupun untuk menyelesaikan pembuatan iklan melalui beberapa metode penelitian yaitu :

1.6.1 Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada perusahaan OLLIN Bakery & Cakeshop.

2. Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden, adapun dengan melakukan wawancara kepada pihak yang berwenang dan marketing OLLIN Bakery & Cakeshop.

3. Metode Dokumentasi

Dalam metode ini penyusun mengambil data dari arsip-arsip atau dokumen dari perusahaan tersebut.

4. Metode Kepustakaan

Penelitian dengan mengambil bahan-bahan dari perpustakaan serta sumber lain yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, sehingga dapat diperoleh landasan teori dalam menganalisis data yang ada dalam pembuatan skripsi ini.

1.6.2 Analisis

Melakukan analisis terhadap data-data yang telah diperoleh. Data yang akan dianalisis berupa data objek, kebutuhan produksi iklan, serta kelayakan iklan itu sendiri. Dari hasil analisis dihasilkan gambaran kondisi yang ada sehingga dapat dilakukan proses selanjutnya.

1.6.3 Perancangan Iklan

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

1.6.4 Pembuatan Iklan

Proses pembuatan iklan berdasarkan pada rancangan iklan yang sudah dibuat.

1.6.5 Tahap Uji Iklan

Pada tahapan ini untuk mengetahui apakah ada kesalahan atau tidak dalam iklan yang telah dibuat sebelum iklan ditayangkan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini disusun dengan urutan sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, metodologi penelitian yang dilakukan, serta sistematika penulisan untuk menjelaskan pokok-pokok pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan menguraikan teori-teori yang mendukung penelitian ini, sebagai dasar dari analisis penelitian. Diantaranya adalah :

Konsep dasar iklan, standar penyiaran, tahap memproduksi iklan dan software yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini diuraikan dan dijelaskan tahap pra produksi yang meliputi : analisis dan perancangan iklan, pembuatan ide cerita dan storyboard yang digunakan untuk iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas perancangan iklan televisi televisi pada olin bakery & cakeshop berbasis multimedia.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran dari hasil pembuatan iklan yang akan diuraikan dalam skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN