

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi yang begitu pesat, berdampak terhadap semakin tingginya persaingan memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini. Teknologi yang semakin canggih dapat dirasakan langsung dampak kegunaannya. Sebagian besar kegiatan manusia dikendalikan oleh peran teknologi. Kemampuan teknologi informasi dan multimedia dalam menyampaikan pesan dinilai sangat besar. Karena ilmu pengetahuan dan teknologi dapat menghasilkan inovasi-inovasi baru seiring dengan perkembangan pola pikir manusia yang senantiasa terus berubah kearah yang lebih baik.

Dunia teknologi informasi memang selalu menarik untuk diamati, terutama yang berkaitan dengan periklanan. Namun tidak semua iklan dapat berjalan efektif sesuai dengan yang diharapkan. Pada Perusahaan Umum Damri misalnya, dalam mengiklankan bus Damri masih menggunakan brosur ataupun reklame yang terpampang di depan agen bus. Pengemasan ikhlannya tergolong sederhana, karena tampilannya sebatas gambar dan teks. Selain itu jangkauan untuk tempat penyampaian pesannya tidak luas. Keunggulan dalam hal pelayanan, dan fasilitas yang disediakan, sering tidak tersampaikan dengan baik kepada masyarakat.

Sehingga untuk menjawab semua permasalahan tersebut, iklan sebagai media promosi perlu disajikan dengan tampilan video (audio visual). Dengan menggunakan elemen multimedia yang terdiri dari beberapa media (teks, audio, gambar, animasi, video), diharapkan akan mendapatkan hasil yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mencoba "Membuat iklan pada Bus Damri untuk membantu meningkatkan penjualan jasa pelayanan dan pemasaran".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah "Bagaimana cara membuat iklan agar dapat membantu dalam meningkatkan penjualan jasa pelayanan dan pemasaran pada Bus Damri".

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian, dimaksudkan agar memberikan arahan yang jelas bagi penulis untuk meneliti dan menentukan cara dalam melakukan penelitian, yang meliputi:

1. Pembuatan iklan menekankan pada pelayanan dan fasilitas yang disediakan pada Bus Damri.
2. Iklan berdurasi 1 menit.

3. Pembuatan iklan dengan metode pengambilan video secara Live Shoot disertai Visual effect.
4. Software yang digunakan untuk pembuatan iklan meliputi: Adobe After Effect CS4, Adobe Audition CS6, dan Adobe Premiere Pro CS3.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Memenuhi persyaratan kelulusan bagi jenjang Diploma III Sekolah Tinggi Manajemen Informasi dan Komputer, STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Menentukan bentuk perancangan iklan, yang nantinya dapat mempermudah pra produksi sampai pasca produksi pembuatan iklan.
3. Untuk menghasilkan sebuah iklan yang efektif, agar dapat memberikan informasi tentang pelayanan jasa dan fasilitas pada Bus Damri kepada konsumen, sehingga mempermudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dikemudian hari baik bagi penyusun maupun pihak objek penelitian yang akan menggunakannya. Berikut manfaat dari penelitian, yaitu:

1. Manfaat Terhadap Penyusun

Agar memperoleh gelar Ahli Madya (AMD) dibidang Teknik Informatika, selain itu agar dapat merancang dan memahami proses, cara kerja membuat sebuah iklan dalam bidang teknologi informasi berbasis multimedia.

2. Manfaat terhadap Objek Penelitian

Dapat memberikan peluang kepada Perusahaan Umum Damri mencapai cakupan pasar yang lebih luas.

1.6 Metode Penelitian

Dalam pengumpulan data menggunakan beberapa cara sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Merupakan cara pengumpulan data dengan mempelajari literatur, paket modul dan panduan, buku-buku pedoman, buku-buku perpustakaan dan segala kepustakaan lainnya yang dianggap perlu dan mendukung.

2. Metode Observasi

Metode untuk mendapatkan data dengan melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang terkait tanpa mengajukan pertanyaan.

3. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan kepada nara sumber dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mendukung permasalahan. Wawancara

dilakukan pada nara sumber ataupun ahli yang mendukung permasalahan.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II DASAR TEORI

Bab ini memuat dasar teori yang berfungsi sebagai sumber atau alat dalam memahami permasalahan yang berkaitan dengan pembuatan iklan pada Bus Damri, meliputi pengertian multimedia, periklanan, software yang digunakan dan mengenai teori yang berhubungan dan diperlukan dalam pembuatan iklan.

BAB III GAMBARAN DAN TINJAUAN UMUM

Bab ini berisi tentang Sejarah Perusahaan Umum Damri, Struktur Organisasi, Visi Misi Perusahaan Umum Damri, Fasilitas Penunjang dan Pelayanan yang disediakan (Perum Damri).

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai penerapan dan penjelasan tahap-tahap produksi dari pra produksi sampai pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang Kesimpulan dan Saran. Pada bagian ini penulis mencoba menarik kesimpulan tentang hal-hal yang berkaitan dengan penulisan Tugas Akhir.

