

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Televisi sudah terbukti menjadi media yang ampuh dalam membius perhatian masyarakat pada umumnya dengan acara-acaranya yang menarik (Robet Grede "*5 Strategi Ampuh Berbisnis*" 136), di lain sisi televisi juga dapat menjadi salah satu cara untuk unggul dalam persaingan (M.Suyanto "*Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*" 32). Media Televisi merupakan juga media yang efektif yang banyak digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk-produk mereka kepada masyarakat luas (Robet Grede "*5 Strategi Ampuh Berbisnis*" 136). Hal ini dikarenakan Televisi mempunyai keunggulan khusus dibandingkan dengan media lainnya, karena Televisi memiliki kombinasi gambar, (motion) gerak, dan suara yang dapat memberikan suatu pengalaman tertentu kepada penonton. Disamping itu, keberadaan Perusahaan Televisi lokal di Yogyakarta juga sangat membantu dalam mempublikasikan perusahaan-perusahaan lokal yang dalam hal ini adalah Cantika Catering kepada masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

Melihat banyaknya perusahaan Catering di kota Yogyakarta adalah salah satu alasan penulis melakukan penelitian pada sebuah perusahaan catering di Kota Yogyakarta yaitu "Cantika Catering" yang berada di daerah Terban. Meninjau dari bagaimana "Cantika Catering" melakukan promosi dengan menggunakan media cetak seperti : kartunama, pamflet, banner dan penggunaan logo pada

produk serta inventory perusahaan agar dikenal masyarakat umum, selama ini dinilai kurang menarik dan cenderung cakupannya kurang luas. Oleh sebab itu, Cantika Catering membutuhkan media yang lebih menarik dengan cakupan yang luas dan lebih interaktif kepada konsumen, supaya dapat memberikan dampak citra yang baik dan positif kepada masyarakat luas. Sehingga, masyarakat umum khususnya masyarakat Yogyakarta, menjadi tertarik menggunakan jasa Cantika untuk dapat memenuhi kepentingan mereka. Salah satu media yang memungkinkan sebagai pendukung yang efektif dan tepat adalah Media Televisi.

Berdasarkan penjelasan diatas Penulis memilih untuk membuat penelitian dengan judul **"Pembuatan Iklan Cantika Catering sebagai Media Promosi Melalui Televisi"** . Hal ini dilakukan agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi arah perbaikan strategi pemasaran pada Cantika Catering, serta dapat digunakan untuk mendorong dan memberi referensi kepada masyarakat umum, khususnya Masyarakat Yogyakarta untuk menggunakan jasa dan produk dari Cantika Catering.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mempromosikan suatu perusahaan melalui Media Televisi ?
2. Bagaimana Proses pembuatan Iklan sebagai media promosi ?

1.3. Batasan Masalah

Dalam suatu penelitian, ruang lingkup penelitian harus diperhatikan dengan benar oleh peneliti. Agar penelitian tersebut tidak menyimpang dari sasaran, maka harus dibuat batasan-batasan masalah sebagai berikut:

- a) Penjabaran Animasi dan live shoot.
- b) Software yang digunakan untuk pembuatan iklan, yaitu :
 - Adobe Premiere CS3
 - Adobe after effect CS3
 - Adobe photoshop CS3
- c) Iklan yang berbentuk video yang berdurasi sekitar 30-40 detik yang nantinya akan menjadi kewenangan Cantika catering dalam penayangannya.
- d) Target iklan adalah TV Lokal yang berada di Yogyakarta.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk memenuhi syarat kelulusan program strata I Sistem Informasi STIMIK Amikom Yogyakarta
- 2) Untuk memperkenalkan dan membangun citra yang baik dan positif kepada masyarakat umum melalui sebuah iklan.
- 3) Untuk memberikan informasi dan referensi kepada masyarakat untuk menggunakan jasa / produk Cantika Catering .

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat antara lain:

1. Bagi Penulis

Sebagai studi pembandingan tentang teori yang telah diperoleh dalam perkuliahan dengan praktik yang dilakukan sehari-hari, serta menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bidang manajemen pemasaran dengan memanfaatkan pengetahuan multimedia.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan referensi bagi peneliti yang akan datang dan diharapkan mampu melengkapi dan memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini.

1.6. Metodologi

Pengumpulan data yang lengkap dan akurat sangat dibutuhkan dalam penyusunan skripsi. Dalam pembuatan skripsi ini penulis memilih pengumpulan data sebagai berikut :

1. Interview

Interview merupakan sebuah teknik dalam pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan responden, yaitu dalam hal ini adalah pihak Cantika Catering.

2. Observasi

Penelitian

Observasi adalah sebuah teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan serta pencatatan langsung terhadap obyek dengan cara melihat proses periklanan di Cantika Catering.

3. Metode Kepustakaan

Metode Kepustakaan merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan konsep-konsep teoritis dengan menggunakan buku sebagai bahan referensi.

1.7. Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisi teori-teori yang dapat digunakan sebagai landasan dalam melakukan penelitian.

Bab III : Analisis dan Perancangan

Bab ini akan membahas latar belakang Perusahaan, teknik pengumpulan data, dan konsep iklan.

Bab IV : Pembahasan dan Implementasi

Pada bab ini membahas tentang proses pembuatan dan hasil pembuatan iklan.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan penutup yang memuat simpulan dari hasil penelitian yang diharapkan dapat berguna bagi pihak yang berkepentingan serta bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

