

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Rumah Inggris Jogja merupakan daerah perbaikan bahasa asing, khususnya bahasa Inggris dan Arab yang berbasis di asrama dan bertempat di Sapen GK1/627 RT 24 RW 07 Demangan Gondokusuman. Di sana semua peserta diwajibkan untuk berbicara bahasa Inggris selama 24 jam. Dalam misinya untuk menjadikan Sapen sebagai area berbasis bahasa, Rumah Inggris Jogja mengalami permasalahan dalam mempromosikan tempat belajar tersebut di wilayah Yogyakarta.

Dari hasil wawancara dengan Mr. Abdul Hamid selaku pemilik Rumah Inggris Jogja, diketahui bahwa selama ini Rumah Inggris Jogja baru dipromosikan melalui media cetak yaitu brosur dan spanduk. Hal ini diyakini kurang mendapat respon publik karena hanya mencakup daerah sekitar Sapen.

Dengan masalah yang telah diuraikan diatas maka pihak Rumah Inggris Jogja meminta peneliti untuk membuat sebuah iklan televisi. Maka dibuat lah sebuah judul karya ilmiah berjudul "Pembuatan Iklan Televisi sebagai Media Promosi untuk Rumah Inggris Jogja". Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu membantu mempromosikan Rumah Inggris Jogja sebagai salah satu rumah belajar bahasa Inggris di Jogja.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka dapat dimunculkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana membuat iklan Televisi sebagai Media Promosi untuk Rumah Inggris Jogja.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup kedalam skala yang lebih kecil yaitu meliputi :

1. Iklan Rumah Inggris Jogja ini dibuat dengan durasi 30 detik.
2. Iklan ini berisi visi dan misi serta sebagian kegiatan yang dilakukan di Rumah Inggris Jogja
3. Adapun software yang digunakan adalah Adobe Premier, Adobe After Efecte, dan Adobe Photoshop.
4. Disimpan dengan format .avi
5. Teknik yang digunakan yaitu vidoegrifi (timelapse dan hyperlapse), visual effect dan *liveshoot*.
6. Hasil dari skripsi ini berupa media dengan berbentuk CD (*Compact Disc*)
7. Iklan akan dipublikasikan di wilayah yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai persyaratan kelulusan jenjang strata-1 STMIK "Amikom" Yogyakarta.
2. Membuat iklan televise untuk Rumah Inggris Jogja.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi penulis
 - a. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan tentang teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut Perancangan Iklan televisi.
 - b. Menjadi pengalaman untuk bekal di dunia kerja nanti.
 - c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program SI Sistem Informasi STMIK "Amikom Yogyakarta.
2. Manfaat bagi Rumah Inggris Jogja
 - a. Memberikan masukan dan gambaran kepada Rumah Inggris Jogja tentang periklanan televisi.
 - b. Dapat dijadikan sebagai sarana publikasi tentang Rumah Inggris Jogja kepada masyarakat luas
3. Bagi masyarakat luas
 - a. Memberikan informasi tentang Rumah Inggris Jogja
 - b. Memberikan referensi tentang rumah belajar bahasa Inggris.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian terapan (*applied research*), yang memiliki kegunaan mengarahkan peneliti untuk mendapatkan informasi guna memecahkan masalah praktis dalam sebuah situasi seperti bagaimana melakukan penyampaian informasi dan promosi yang baik pada iklan Rumah Inggris Jogja.

1.6.2 Unit Analisis

Sesuai dengan tujuan yang diinginkan dan juga jenis penelitian ini, maka yang menjadi unit analisis adalah Rumah Inggris Jogja. Untuk keperluan mendapatkan data maka ditetapkan pemilik rumah belajar tersebut sebagai narasumber.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap abjek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematik. Dalam hal ini pengamatan dilakukan langsung pada Rumah Inggris Jogja.

b. Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan pihak yang berkepentingan pada Rumah Inggris Jogja.

c. Metode Dokumentasi

Dalam metode ini penulis mengambil data dari arsip-arsip atau dokumen dari instansi terkait.

d. Studi Pustaka

Teknik ini mempelajari sistem pembelajaran dengan bersumber dari buku-buku.

e. Metode Kepustakaan

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

1.6.4 Teknik Perancangan Iklan

a. Merancang Konsep Iklan

Merancang konsep merupakan langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Di dalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat. Untuk dapat merancang konsep dalam membuat iklan sangat dibutuhkan kreativitas.

b. Merancang isi iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan dari merancang konsep atau implementasi dari strategi kreatif. Pada tahap ini dihasilkan rancangan iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan Rumah Inggris Jogja.

c. Merancang Naskah Iklan

Dalam merancang naskah dibutuhkan detail dialog dan urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis naskah iklan agar lebih efektif, misalnya memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata-kata yang digunakan untuk membidik pasar yang tepat, serta memperhatikan aspek-aspek tertentu agar menghasilkan iklan yang tepat sasaran.

d. Merancang storyboard

Setelah naskah dan rancangan animasi selesai dibuat selanjutnya dituangkan dalam gambar nyata atau *storyboard*. *Storyboard* merupakan serangkaian sketsa yang menggambarkan suatu urutan atau alur cerita dari elemen-elemen yang diusulkan.

e. Meproduksi Iklan

Tahap ini adalah aksi dari tahap-tahap yang telah dilakukan sebelumnya. Tahapan tersebut meliputi pra produksi, tahap produksi yaitu pengambilan gambar, dan tahap pra produksi yaitu editing.

1.7 Sistematika Penulisan

Pembuatan skripsi ini meliputi beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode pengumpulan serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan secara teoritis tentang konsep dasar sistem informasi dan multimedia, juga tentang konsep-konsep analisis dan perancangan sistem.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini membahas tentang analisis sistem, perancangan antar muka atau tampilan, serta perancangan proses.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas tentang hal-hal yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoreksi iklan, dan hasil implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN