

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan ilmu teknologi yang berkembang dengan cepat, turut membantu manusia dalam memasuki tata peradaban baru di era teknologi yang di ciptakan untuk meringankan beban aktifitas di dalam kehidupan, baik itu perusahaan atau pun perseorangan yang tercakup di dalam berbagai bidang. Sebuah konsekuensi logis dari penerapan teknologi yang unggul adalah terciptanya kemajuan usaha yang memanfaatkan aplikasi teknologi yang berdaya guna dan tepat guna serta kualitas sumber daya pengolah dan kelengkapan infrastruktur penunjang yang memadai salah satu keunggulan dari suatu perusahaan adalah dengan memanfaatkan salah satu kemajuan ilmu dan teknologi, di antaranya yaitu teknologi multimedia. Kecenderungan masyarakat untuk memperoleh informasi berupa profile perusahaan atau iklan yang di sampaikan kepada mereka. Merupakan suatu bentuk fenomena yang harus di perhatikan dan membangun strategi pemasaran yang dapat mencapai sasaran yang di minati masyarakat.

Perusahaan Toko Jogja Mode mengalami permasalahan dalam mempromosikan busana yang ditawarkan. Masih banyak orang yang belum tahu apa saja busana yang dijual oleh Toko Jogja Mode. Terutama orang yang didaerahnya masih belum ada cabang Toko Jogja Mode. Sehingga dengan adanya media iklan elektronik, Toko Jogja Mode akan menggunakan iklan media televisi untuk mempromosikan berbagai macam busana yang dijual. Supaya konsumen semakin berminat membeli dari Toko Jogja Mode. Karena iklan multimedia

merupakan salah satu media pendukung dalam penyampaian informasi yang efektif dan menarik dalam penyampaian. Memproduksi iklan televisi harus melalui 3 tahap, yaitu tahap praproduksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi. Perancangan untuk iklan televisi mempunyai peran yang penting sebelum memproduksi iklan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul “ **PERANCANGAN IKLAN TELEVISI PADA TOKO JOGJA MODE BERBASIS MULTIMEDIA** ”

1.2. Rumusan Masalah

Memahami dari latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan masalahnya sebagai berikut : Bagaimana membuat iklan Toko Jogja Mode yang dapat menyampaikan informasi strategi kepada konsumen ?

1.3 Batasan Masalah

Rancangan iklan Toko Jogja Mode, difokuskan pada pembahasan permasalahan yaitu perancangan dan manfaat dari iklan Toko Jogja Mode. Software yang digunakan untuk mendesain dan mengedit iklan tersebut adalah Adobe Premiere Pro CS6, Adobe Audition CS6, Adobe After Effects CS6, Autodesk Maya 2013 dan Adobe Photoshoop CS6. Iklan yang akan dibuat, ditayangkan di stasiun televisi lokal.

1.4. Tujuan Penelitian

Membuat iklan tv untuk Toko Jogja Mode Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

- a. Memperoleh gelar Sarjana Komputer.
- b. Sebagai bekal untuk siap terjun ke dunia kerja.
- c. Meningkatkan citra Toko Jogja Mode.
- d. Menarik minat konsumen untuk datang dan membeli busana di Toko Jogja Mode
- e. Sebagai rekomendasi pemikiran tentang efektifitas iklan televisi, sehingga dapat digunakan untuk evaluasi strategi pemasaran dan periklanan pada umumnya.

1.6. Metode Pengambilan Data

Pengambilan data sebagai metode dalam penelitian untuk bahan analisa dan pengajian. Teknik yang digunakan adalah :

- a. Metode Wawancara

Wawancara dengan Owner toko dan karyawan, yang dapat memberikan masukan mengenai perijinan, data dan gambar busana di Toko Jogja Mode

- b. Metode Pustaka

Buku Perpustakaan STMIK AMIKOM YOGYAKARTA, sebagai referensi dalam pembuatan iklan yang baik.

- c. Observasi

Mengumpulkan data dengan cara mengunjungi lokasi pembuatan iklan, agar mendapatkan data tentang suasana dan kondisi lokasi tersebut.

1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini menggunakan sistematika skripsi sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Merupakan bab yang membahas latar belakang tentang perkembangan teknologi, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan laporan serta table kegiatan pembuatan iklan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang sejarah periklanan di Indonesia, konsep dasar iklan, manajemen periklanan, pengenalan Kamera Digital, teori tentang video dan aplikasi multimedia yang digunakan.

BAB III. PERANCANGAN SISTEM

Merupakan bab yang akan membahas tentang tinjauan mengenai Toko Jogja Mode, strategi merancang iklan, serta praproduksi dan produksi.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang proses produksi, hasil quisioner tentang iklan Toko Jogja Mode, penayangan iklan, memperbaiki system, hasil iklan Toko Jogja Mode.

BAB V. PENUTUP

Merupakan bab yang akan membahas tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

