

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jogja Music School (JMS) salah satu tempat kursus musik yang berada di Yogyakarta. Jogja Music School mempunyai bermacam kelas di dalamnya. Saat ini promosi yang dilakukan Jogja Music School yaitu dengan menggunakan media Billboard dan Brosur.

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha, suatu perusahaan harus dapat menciptakan suatu inovasi agar dapat terus berkembang memasarkan produk yang di milikinya, untuk melengkapi media promosi yang ada maka dibuatlah iklan televisi untuk memperluas informasi. Iklan ini nantinya akan berisi tentang sebuah cerita yang mengacu pada tagline dari Jogja Music School. Iklan ini akan dibuat menarik dan mudah dipahami, agar konsumen dapat mengingat pesan yang disampaikan. Diharapkan dengan adanya iklan televisi ini dapat menarik minat konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Jogja Music School Sebagai Media Promosi".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan di atas maka penyusun merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana membuat Iklan Televisi Jogja Music School Sebagai Media Promosi?”

1.3 Batasan Masalah

Perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis penelitian ini agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat dicari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut di antaranya:

1. Iklan ini berdurasi 1 menit.
2. Iklan ini direkam dengan kamera Canon EOS 600D.
3. Iklan berisi produk yang ada di Jogja Music School.
4. Teknik yang digunakan adalah *liveshoot* dan *Visual effect*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat iklan Jogja Music School sebagai media promosi yang akan ditayangkan di Stasiun TV Lokal.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah

1. Manfaat bagi penulis

Peneliti dapat mengetahui perkembangan promosi sebagai referensi pembuatan iklan televisi Jogja Music School dan mengimplementasikan ilmu yang di dapat di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

2. Manfaat bagi mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta dalam membuat iklan televisi.

3. Manfaat bagi perusahaan

Dapat membantu mempromosikan produk Jogja Music School kepada konsumen.

4. Manfaat bagi masyarakat luas

Memberikan informasi mengenai Jogja Music School.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan sebagai berikut:

1. Wawancara (Interview)

Wawancara yaitu mengadakan Tanya jawab langsung kepada manager marketing dan owner yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Jogja Music School untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

2. Pengamat langsung (Observasi)

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap Jogja Music School.

3. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mengambil data dari arsip-arsip atau dokumen pada Jogja Music School

4. Metode kepustakaan

Metode pengumpulan data dengan menggunakan buku sebagai bahan referensi.

5. Metode Kuesioner

Metode kuesioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan video iklan komersial untuk media promosi, antara lain konsep dasar iklan, konsep dasar *software* yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan di uraikan tentang analisis dan perancangan iklan secara umum serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dan saran untuk perbaikan dari proses pembuatan video iklan komersial.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

