

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini komputer merupakan salah satu teknologi yang sebagian besar menemani kehidupan manusia. Manusia dimudahkan dengan adanya multimedia karena dapat berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, teks, audio, video dan animasi sehingga informasi yang disajikan akan lebih jelas dan menarik. Perkembangan teknologi informasi yang semakin tinggi, turut mempengaruhi persaingan ekonomi. Para pelaku ekonomi pun bersaing untuk memaksimalkan pemasarannya. Salah satu cara agar tercapainya pemasaran yang efektif adalah melalui iklan di media televisi. Saat ini, pelayanan jasa seperti Novita Studio Musik menyadari bahwa promosi sangatlah dibutuhkan untuk menunjang usahanya.

Iklan dibutuhkan bukan hanya sebagai media informasi saja, tetapi juga sebagai media persuasif. Dengan artian bukan hanya sekedar menginformasikan tetapi juga sebagai alat pembelajaran bagi komunikan.

Beberapa tahun belakangan ini, jumlah konsumen yang menggunakan jasa Novita Studio Musik mengalami penurunan yang cukup signifikan, dikarenakan maraknya usaha sejenis yang bermunculan sehingga menjadi pesaing. Maka dari itu dibutuhkan strategi

untuk mempromosikan Novita Studio Musik tersebut melalui media visual iklan televisi sebagai salah satu solusinya.

Ada dua macam stasiun televisi di Indonesia yaitu, stasiun televisi nasional dan stasiun televisi lokal. Stasiun televisi nasional mempunyai jangkauan penayangan yang luas hampir diseluruh pelosok Indonesia. Tentunya biaya yang dikeluarkan untuk memasang iklan di stasiun televisi nasional tersebut terbilang mahal. Sedangkan stasiun televisi lokal mempunyai jangkauan penayangan yang lebih terbatas, hanya di beberapa kota tertentu saja. Sehingga biaya yang dikeluarkan untuk memasang iklannya pun relatif lebih murah. Mengingat Novita Studio Musik termasuk usaha menengah kebawah jadi lebih efektif apabila memilih untuk memasang iklan di stasiun televisi lokal.

Strategi perancangan dan pembuatan iklan televisi lokal harus tepat pada sasaran, efisien dan efektif serta mampu mempengaruhi komunikasi agar mau menggunakan jasa Novita Studio Musik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, maka dapat diambil pokok permasalahan, bagaimana proses pembuatan iklan Novita Studio Musik yang komunikatif dan informatif?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian berjudul Perancangan Iklan Novita Studio Musik Bumiayu Untuk Media Televisi adalah:

1. Perancangan iklan Novita Studio Musik, difokuskan pada pembahasan permasalahan yaitu, perancangan dari Novita Studio Musik.
2. Iklan yang akan dibuat, ditargetkan untuk *format* televisi dengan 2 *video* masing-masing berdurasi 15 dan 30 detik.
3. *Format* televisi yang digunakan adalah PAL, SD (*Standard Definition*), Pita / MiniDV dengan durasi tidak lebih dari 60 detik.
4. *Software* yang akan digunakan dalam pembuatan iklan Novita Studio Musik ini diantaranya adalah, Adobe Premiere, Adobe After Effect, Adobe Photoshop, CoreIDRAW.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan iklan ini antara lain:

1. Memproduksi iklan Novita Studio Musik yang komunikatif dan informatif yang akan digunakan untuk Tugas Akhir.
2. Sebagai syarat kelulusan program Diploma 3 jurusan Manajemen Informatika di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan Penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka penulis mendapatkan manfaat diantaranya:

- a. Membantu mempromosikan Novita Studio Musik ke masyarakat luas.
- b. Sebagai bekal untuk terjun ke dunia kerja.
- c. Sebagai pengalaman dalam menjalani proses pembuatan iklan.
- d. Bisa mencapai gelar Ahli Madya di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

1.6 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam membangun dan memperlancar proses pembuatan tugas akhir ini diantaranya:

- a. Eksperimen

Cara paling efektif untuk belajar adalah dengan praktek secara langsung. Untuk menerapkan pengetahuan yang dimiliki lebih jauh profesi yang dimaksud, termasuk kesulitan yang mungkin ditemui dan pencarian solusi atau masalah tersebut.

- b. Survei Lokasi

Mencari tempat / lokasi sesuai skenario dan cocok untuk diberikan efek *video* sehingga penulis bisa mendapatkan gambaran seperti apa nantinya yang akan digunakan dalam proses pengambilan gambar.

c. Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke tempat yang akan digunakan untuk pengambilan gambar dengan melakukan deservasi. Dengan deservasi ini penulis akan mendapat tempat yang cocok untuk proses shooting.

d. Interview

Penulis melakukan wawancara pada beberapa pihak yang mengerti benar bagaimana cara pembuatan iklan di media televisi. Metode ini merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk mengumpulkan informasi tentang pembuatan iklan televisi dari para informan.

e. Pustaka

Penulis mengumpulkan data dengan cara membaca informasi dari buku maupun dari materi kuliah yang pernah disampaikan, serta data-data atau dokumen yang diambil dari internet.

f. Dokumentasi

Dengan cara mengambil gambar (video), yang berhubungan dengan penelitian tugas akhir untuk dijadikan sebuah obyek pada program tugas akhir ini.

1.7 Sistematika Penulisan

Seperti laporan penulisan ilmiah pada umumnya, maka pada sistematika penulisan laporan tugas akhir meliputi:

1. BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab yang membahas latar belakang tentang perkembangan teknologi, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data dan sistematis penulisan laporan.

2. BAB II DASAR TEORI

Bab ini menjelaskan teori tentang konsep perancangan iklan, dasar iklan televisi, dan *software* yang digunakan dalam proses perancangan iklan.

3. BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini menjelaskan tentang profil Novita Studio Musik.

4. BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai proses praproduksi, produksi dan pascaproduksi pada pembuatan iklan televisi Novita Studio Musik.

5. BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran dari hasil perancangan dan pembuatan iklan televisi.