

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media saat ini semakin banyak seperti *radio, koran, majalah, televisi, internet, videotron* dan lain-lain. Namun dengan perkembangan zaman saat ini, hampir setiap kota besar terdapat *videotron*, selain tempat peletaknya yang strategis, *videotron* juga lebih diminati oleh *produsen* untuk beriklan dan para konsumen lebih tertarik karena media penayangan di *videotron* ini menggunakan visual gambar dan animasi serta efek suara yang menarik dan kreatif. Sehingga penggunaan promosi *iklan* yang ditayangkan di *videotron* lebih tepat dan efektif.

Sebuah perusahaan bioskop andromeda 4 dimensi yang bertempat di Temanggung berkeinginan mempromosikan perusahaannya sebagai media informasi maupun menjalin kerjasama. Cara yang mereka gunakan di zaman teknologi yang semakin maju ini masih kurang menarik perhatian pengunjung, yaitu mereka masih menggunakan media berupa *hard copy (print)*, poster, setiker, pamphlet, maupun *seponduk* untuk sarana informasi dan promosi. Cara tersebut masih terbatas dan kurang efektif untuk mencapai target pemasaran yang luas.

Bioskop Andromeda 4 Dimensi ini adalah bioskop satu-satunya dikota Temanggung, tetapi peminat bioskop di kota temanggung juga sangat kurang, kebanyakan pengunjung di bioskop ini adalah anak sekolah dasar. Pemutaran film di bioskop Andromeda hanya dilayani jika pengunjung lebih dari 4

orang, maka bioskop tersebut membutuhkan periklanan untuk menarik lebih banyak pengunjung. Namun “Bioskop Andromeda 4 Dimensi Temanggung”, meskipun ingin mencapai target pemasaran yang luas, belum mengerti memanfaatkan media ini sebagai iklan, karena tidak mengerti untuk memproduksinya sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, dapat diidentifikasi masalah yang timbul yaitu : bagaimana merancang video iklan sebagai media promosi Bioskop Andromeda 4 Dimensi Temanggung?

1.3 Batasan Masalah

Memfokuskan pembahasan dalam hal ini, batasan ruang lingkup yang lebih sempit, yaitu :

1. Penelitian ini membahas tentang pembuatan iklan untuk Bioskop Andromeda 4 Dimensi Temanggung sebagai media promosi dalam bentuk video yang akan ditayangkan pada *videotron* yang berada di alun-alun Temanggung.
2. Software yang penulis gunakan adalah Adobe photoshop CS3, Adobe Premier Pro CS6, Adobe After Effect CS6, 3Ds Max 2011.
3. Format standar iklan yang digunakan pada Bioskop 4 Dimensi Temanggung adalah *HDTV (High Definition Television)*. Ukuran yang digunakan Full HD 1920 x 1080 px dengan Aspek Rasio 16:9.

4. Konsep pembuatan iklan ini dengan menggunakan animasi stop motion dan time lapse serta bentuk 3D pada text Bioskop Andromeda dan seloganya.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

- a. Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan “ Bioskop Andromeda 4 Dimensi Temanggung” sebagai *media promosi*, yang dapat membantu dalam publikasi kepada masyarakat.
- b. Sebagai media promosi kepada masyarakat luas sehingga dapat menambah jumlah penonton di Bioskop Andromeda 4 Dimensi Temanggung.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Bagi Penulis
 - a. Agar memperoleh gambaran secara nyata bagaimana cara memproduksi iklan secara maksimal.
 - b. Sebagai media penerapan ilmu serta uji coba kerja sebelum terjun ke dunia kerja yang lebih mempunyai daya saing tinggi.
 - c. Untuk mengetahui bagaimana membuat video *iklan commercial* untuk Bioskop 4 Dimensi Temanggung.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Memberikan informasi untuk memperkenalkan adanya bioskop 4 dimensi di Temanggung.

- b. Membantu memfasilitasi perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran agar masyarakat lebih mengenal Bioskop Andromeda 4 Dimensi Temanggung.
- c. Meningkatkan daya tarik masyarakat supaya berkunjung ke Bioskop Andromeda 4 Dimensi Temanggung.

3. Bagi Masyarakat

- a. Agar masyarakat menangkap pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada khalayak ramai.
- b. Mendorong agar masyarakat tertarik untuk menjadi pengunjung di Bioskop Andromeda 4 Dimensi Temanggung.
- c. Supaya masyarakat lebih tanggap terhadap bioskop yang dipandang cukup bermanfaat serta memungkinkan sejumlah masyarakat untuk menyaksikan dan tertarik pada Bioskop Andromeda 4 Dimensi Temanggung.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Laporan penelitian ini disusun dengan metode-metode sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis dilapangan dengan cara melihat fasilitas dan aktifitas yang ada di Bioskop Andromeda 4 Dimensi Temanggung.

b. Metode Studi Pustaka

Penulis mengumpulkan data melalui buku-buku dan segala materi yang berkaitan dengan proses produksi yang dapat di peroleh di perpustakaan maupun file-file dari Internet serta tempat observasi.

c. Metode Wawancara

Penulis bertanya dan berkonsultasi langsung dengan pihak Bioskop Andromeda 4 Dimensi Temanggung untuk mengumpulkan informasi dari seorang yang berwenang dalam instansi tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab II akan menjelaskan tentang pengenalan iklan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik pemirsa.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada Bab III dijelaskan mengenai konsep iklan yang penulis bahas, profil singkat Bioskop Andromeda 4 Dimesi Temanggung, dan analisis mengenai pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV akan membahas tentang proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas pada BAB III, yaitu pada tahap Produksi dan Pasca Produksi.

BAB V PENUTUP

Pada Bab V membahas tentang kesimpulan serta saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang referensi yang digunakan dalam pembuatan iklan.

LAMPIRAN

Berisi tentang informasi atau data yang dibutuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasan.

