

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media, pemanfaatan animasi pada video terkadang memberikan daya tarik tersendiri, terutama pada layanan iklan televisi. Video iklan adalah sebuah media pemasaran yang dapat mencakup 5 unsur multimedia yaitu : video, teks, gambar, animasi, dan suara. Dalam sebuah iklan dimungkinkan juga menggunakan *motion graphic*. *Motion graphic* adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis.

Roti Kondang Jaya merupakan perusahaan produk makanan yang memproduksi bermacam-macam jenis roti dan kue di pulau Jawa tepatnya di Madiun Jawa Timur. Usaha rumahan ini mempunyai produk andalan seperti Brownies dengan rasa original, Roll Gulung dengan rasa BlueBerry, serta roti Mandarin dan jenis – jenis kue lainnya. Selama ini produksi Roti Kondang Jaya pengiklanannya masih menggunakan brosur, media ini merupakan promosi yang dirasa cukup efektif, tetapi jika dilihat dari unsur multimedia, brosur hanya menggunakan 2 jenis unsur, yaitu text dan gambar saja. Hal ini membatasi informasi - informasi sehubungan dengan produk - produk yang diproduksi.

Dari keterangan di atas maka penulis tertarik membuat sebuah iklan penelitian dengan judul “Perancangan Iklan Roti Kondang Jaya Madiun Menggunakan Teknik Live Shot dan Motion Graphics”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat diambil pokok permasalahan adalah, Bagaimana membuat Iklan Roti Kondang Jaya yang dapat menarik minat para konsumen?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Iklan Roti Kondang Jaya Madiun berdurasi 30 detik.
2. Iklan berisi tentang produk Roti Kondang Jaya.
3. Teknik yang digunakan pembuatan iklan adalah live shot dan motiongraphics.
4. Proses pengambilan gambar memakai kamera DSLR Canon 650D.
5. Format video yang digunakan adalah berekstensi .AVI
6. Video iklan Roti Kondang Jaya tayang pada SAKTI TV Madiun, 13 April 2015 pukul 18.00 – 19.00 WIB, pada acara Teras Petang.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Tujuan bagi perusahaan :
 - a. Membuat iklan sebagai media promosi pada Roti Kondang Jaya Madiun.

- b. Membantu perusahaan untuk memberikan pelayanan promosi produk dan diharapkan dapat bertambah jumlah peminat.
2. Tujuan bagi penulis :
 - a. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan Strata 1 pada STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
 - b. Mengembangkan teori-teori yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi perusahaan :

Untuk menambah pelanggan dan memberi pandangan positif bagi masyarakat mengenai produk iklan Roti Kondang Jaya Madiun. Serta meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

2. Manfaat bagi penulis :

Mengetahui perkembangan promosi sebagai referensi pembuatan iklan Roti Kondang Jaya Madiun.

1.6 Metode penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penulisan ini baik dalam menyelesaikan penulisan maupun untuk menyelesaikan pembuatan iklan ditempuh beberapa metode penelitian, yaitu :

1. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan di teliti serta pencatatan secara cermat. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada Roti Kondang Jaya.

2. Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan pihak yang berkepentingan pada Roti Kondang Jaya.

3. Metode Kepustakaan

Metode dengan perolehan data dari buku-buku yang telah diterbitkan atau literatur-literatur yang merupakan sumber pengetahuan teori mengenai cara pembuatan iklan dimana semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

4. Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan pada iklan "Roti Kondang Jaya" ini lebih tepatnya menggunakan Analisis SWOT. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari *Strength* (S), *Weakness* (W), *Opportunities* (O), dan *Threats* (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor didalam perusahaan (S dan W).

5. Metode Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan dibentuk. Pada tahap ini dihasilkan rancangan iklan animasi yang sesuai kebutuhan iklan Roti Kondang Jaya.

- a. Merancang konsep iklan
- b. Merancang isi iklan
- c. Merancang naska iklan
- d. Merancang Storyboard
- e. Memproduksi iklan

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah , batasan masalah, tujuan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan serta sistematika penulisan..

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini akan diuraikan secara teoristis tentang konsep dasar iklan dan perancangan iklan.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini diuraikan dan dijelaskan tahap pra produksi yang meliputi analisis dan perancangan iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini dipaparkan tahap-tahap memproduksi iklan dan menjelaskan pasca produksi iklan

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari bagian akhir dari laporan penelitian. Bab berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk perbaikan iklan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

