

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan membutuhkan teknik pemasaran yang dapat menarik minat konsumen. Cara yang dapat digunakan yaitu menggunakan peran multimedia, karena multimedia merupakan gabungan dari gambar, suara, dan teks. Salah satu produk yang dihasilkan dari multimedia yaitu video iklan. Media televisi dapat menjadi salah satu jasa pemasangan video iklan karena jasa yang dipasang di media televisi mudah dikenal oleh masyarakat luas dengan waktu singkat.

Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang-barang untuk beraktifitas di alam bebas seperti, berbagai macam peralatan *camping, trekking, hiking, mountaineering, climbing,* dan *rafting*. Produk Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta sangat cocok untuk melengkapi berbagai macam kegiatan outdoor, produk-produknya menawarkan kenyamanan dengan kehalusan setiap bahannya, jahitan yang rapih, serta pemilihan warna yang atraktif. Pemasaran yang digunakan selama ini melalui media online seperti *website* dan *fanspage* media sosial *facebook*.

Berdasarkan latar belakang di atas, mendorong penulis untuk membuat video iklan televisi sebagai cara memasarkan produk Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta agar dapat membantu menyampaikan informasi secara menarik dan meningkatkan peminat produk Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah “Bagaimana Perancangan dan Pembuatan Iklan TV Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta?”.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian ini hanya dibatasi pada :

Hasil implementasi akan berbentuk iklan televisi berdurasi 30 detik.

- a. Menggunakan format *file* video .mp4 dengan kualitas Full HD 1080p dengan resolusi 1920x1080p dan 25 *frame per second*.
- b. Video iklan ini berisi tentang promosi produk Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta.
- c. Penelitian ini dilakukan hanya sampai uji coba iklan kepada pihak Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta dan penayangan video iklan satu kali di televisi lokal RBTV oleh pihak peneliti sebagai testing implementasi.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata I pada jurusan Sistem Informasi di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

- b. Untuk menerapkan ilmu multimedia yang telah di dapat di bangku kuliah.
- c. Untuk merancang atau membuat sebuah video iklan televisi pada toko Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Memperkenalkan Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta ke masyarakat, agar masyarakat tertarik untuk berkunjung.
- b. Memperlihatkan kelengkapan-kelengkapan produk yang dijual Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta.
- c. Menambah media promosi Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta untuk kegiatan periklanan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut.

- a. Metode Wawancara (*Interview*)

Peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan pemimpin toko Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta dan staff-staff terkait untuk mendapatkan data yang akurat.

b. Metode Pengamatan Langsung (*Observasi*)

Penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu beberapa produk yang dijual untuk kebutuhan pengambilan gambar.

c. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi pustaka yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku sebagai bahan referensi.

1.5.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT dalam penelitian ini.

1.5.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan gambaran bagaimana iklan dibentuk sesuai rancangan iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan Consina The Outdoor Lifestyle Yogyakarta.

1.5.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan gambar hingga menganimasikan gambar. Setelah itu, tahap selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap *finishing* berupa *rendering* dan *distributing*.

1.5.5 Metode Implementasi

Menyerahkan sebuah iklan televisi untuk ditayangkan. Tahap ini meliputi pengoreksian dan penayangan iklan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan seperti berikut ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitanya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan televisi untuk media promosi dan seperti konsep dasar iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan iklan televisi secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoperasian iklan dan implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari proses pembuatan iklan televisi dan saran untuk perbaikan iklan yang sudah dihasilkan untuk masa yang akan datang.

