

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah perusahaan perak yang bertempat di Daerah Istimewa Yogyakarta berkeinginan mempromosikan perusahaannya sebagai media informasi dan promosi maupun menjalin kerjasama. Cara yang mereka gunakan di zaman teknologi yang semakin maju ini masih kurang menarik, yaitu mereka masih menggunakan media berupa *hard copy (print)*, poster, pamflet maupun brosur untuk sarana informasi dan promosi. Cara tersebut masih terbatas dan kurang begitu efektif untuk mencapai target pemasaran yang luas mengingat persaingan bisnis dengan Toko Perak lainnya yang semakin ketat.

Media saat ini semakin banyak seperti *radio, koran, majalah, televisi, brosur,* dan lain-lain. Namun dengan perkembangan zaman saat ini, media *televise* lebih diminati oleh *produsen* untuk beriklan dan konsumen lebih tertarik karena media *televise* menggunakan visual gambar dan animasi serta efek suara yang menarik dan kreatif. Sehingga penggunaan media promosi *iklan* yang ditayangkan di *televise* lebih tepat dan efektif. Namun “Toko Perak Mawar Putih”, meskipun ingin mencapai target pemasaran yang luas dalam persaingan yang semakin ketat, belum mengerti memanfaatkan media *televise* sebagai iklan, karena tidak mengerti untuk memproduksinya sendiri, menurut pemilik “Toko Perak Mawar Putih”, memproduksi sendiri pasti lebih murah biayanya dari pada dikerjakan orang lain.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik mengambil judul “Pembuatan Video Iklan Toko Perak Mawar Putih Berbasis Multimedia”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dirumuskan masalah yaitu : Bagaimana merancang video iklan televisi sebagai media promosi pada Toko Perak Mawar Putih?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Iklan ini dibuat untuk Toko Perak Mawar Putih sebagai media promosi dalam bentuk video yang akan di tayangkan pada beberapa televisi (TV) lokal Yogyakarta- ADITV.
2. Software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah, Adobe Photoshop CS3, 3D Max, Soundbooth Dan Adobe After Effect CS3.
3. Format standar iklan yang digunakan pada Toko Perak Mawar Putih adalah PAL (*Phase Alternate Line*). Ukuran yang digunakan 1920 x 1080 (*fullHD*).

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari peneliti ini adalah sebagai berikut :

1. Agar dapat memperoleh gambaran secara nyata bagaimana cara memproduksi iklan secara maksimal.
2. Sebagai media penerapan ilmu serta uji coba kerja sebelum terjun ke dunia kerja yang lebih mempunyai daya saing tinggi.
3. Membuat video *iklan* TV commercial untuk Toko Perak Mawar Putih.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Video Iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan “Toko Perak Mawar Putih” sebagai *media promosi*, yang dapat membantu dalam publikasi kepada masyarakat.
2. Sebagai media promosi kepada masyarakat luas sehingga dapat menambah jumlah member dan meningkatkan pendapatan dalam menjual produk perak, di Toko Perak Mawar Putih.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian terdiri atas dua kata, yaitu kata *metode* dan kata *penelitian*. Kata *metode* berasal dari bahasa Yunani yaitu *methodos* yang berarti cara atau menuju suatu jalan. Adapun pengertian penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis, untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Pengumpulan dan analisis data dilakukan secara ilmiah, baik bersifat *kuantitatif* maupun *kualitatif*, *eksperimental* maupun *non eksperimental*, *interaktif* maupun *non interaktif*. Sebagai usaha dalam memperoleh data yang akurat, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi,

maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis mengembangkan berbagai metode pengumpulan data dalam penelitian skripsi ini yaitu :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis dilapangan dengan cara melihat fasilitas-fasilitas yang ada dan aktifitas yang dilakukan di Toko Perak Mawar Putih.

1.6.1.2 Metode Interview (wawancara)

Data diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan serta penjelasan secara lisan atau wawancara dengan pihak Pemilik Toko Perak Mawar Putih. Cara ini merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi dari seorang yang berwenang dalam instansi tersebut secara langsung kepada responden.

1.6.1.3 Metode Kepustakaan (Library)

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.

1.6.2 Metode Analisis

Metode Pengolahan data yang digunakan pada “Toko Perak Mawar Putih” 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 atau kendala, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor didalam perusahaan (S dan W).

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini penulis susun dengan format sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok masalah yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini diuraikan masalah mengenai pengenalan iklan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik pemirsa.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan tentang konsep iklan yang penulis bahas, profil singkat Toko Perak Mawar Putih, dan analisis mengenai pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang akan membahas proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas pada BAB III, yaitu pada tahap Produksi dan Pasca Produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi laporan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi referensi-referensi yang digunakan dalam pembuatan iklan.

LAMPIRAN

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

