

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan teknologi komunikasi memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap kemajuan dan pengembangan industri media televisi. Dengan ditandanya banyaknya kehadiran stasiun televisi komersial baru, baik nasional maupun lokal (*local channel*), termasuk stasiun televisi berlangganan. Setiap tayangan hiburan, informasi, film, kuis dan lain-lain tidak bisa di pisahkan dari iklan. Melalui iklan televisi ini, para pembuat iklan berharap hasil karyanya dapat di terima oleh pemirsa.

Penahaman dalam periklanan sangatlah penting agar dapat memberikan informasi yang menarik bagi konsumen. Iklan televisi dapat berpengaruh besar dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan atau instansi. Maka dari itu pembuat iklan harus memperhitungkan iklan dalam televisi yang nantinya bisa menjadi suatu iklan televisi.

Amanda Brownies merupakan suatu produk makanan yang memproduksi brownies kukus dengan berbagai macam aneka rasa brownies yang tersebar di pulau jawa, sulawesi selatan dan sumatera utara. Amanda brownies merupakan salah satu anak cabang dari Amanda Company Group. Saat ini promosi yang dilakukan Amanda Brownies yaitu dengan menggunakan media *Billboard*, Brosur dan Web.

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha, suatu perusahaan harus dapat menciptakan suatu inovasi agar dapat terus berkembang memasarkan produk yang di milikinya, untuk melengkapi media promosi yg ada maka dibuatlah iklan televisi. Iklan ini nantinya akan berisi tentang sebuah cerita yang mengacu pada tagline dari amanda brownies. Iklan ini akan dibuat menarik dan mudah dipahami, agar konsumen dapat mengingat pesan yang disampaikan. Diharapkan dengan adanya iklan televisi ini dapat menarik minat konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "Perancangan Iklan Televisi sebagai Media Promosi pada Amanda Brownies (studi kasus : Amanda Company Group)".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penyusun merumuskan masalah ,yaitu :

Bagaimana Merancang dan Memproduksi Iklan Televisi sebagai Media Promosi Pada Amanda Brownies

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup lebih kecil :

1. Iklan Amanda Brownies ini di buat dalam durasi 30 detik.

2. Iklan berisi produk Amanda Brownies.
3. Teknik yang digunakan pembuatan iklan adalah *live shoot*.
4. Iklan yang di buat adalah iklan televisi.
5. Ukuran video iklan televisi ini adalah PAL.
6. Format video iklan televisi ini adalah (.avi).
7. Software yang digunakan adalah EDIUS 6.0, Adobe Photoshop CS5, Adobe Soundbooth CS5 dan Format Factory.
8. Penelitian ini hanya sampai pada Uji coba iklan kepada pihak Amanda Brownies.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat iklan televisi sebagai media promosi pada Amanda Brownies.
2. Membantu Perusahaan untuk dapat memberikan pelayanan promosi produk dan diharapkan dapat bertambah jumlah konsumen.
3. Sebagai penerapan pengembangan ilmu yang didapat dalam perkuliahan selama masa studi di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana program studi STRATA-1 di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi penulis :

Mengetahui perkembangan promosi sebagai referensi pembuatan iklan AMANDA BROWNIES.

2. Manfaat bagi perusahaan :

Mengetahui seberapa penting media periklanan televisi sebagai alat untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas, agar perusahaan dapat berinovasi dalam mempromosikan produk yang dimilikinya.

1.6 Metode Penelitian

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

1. Pengumpulan data

a) Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan di teliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada Amanda Brownies.

b) Metode wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan pihak humas dan marketing pada Amanda Brownies.

c) Metode Dokumentasi

Dalam metode ini penyusun mengambil data dari arsip-arsip atau dokumen dari perusahaan tersebut.

d) Metode Kepustakaan

Penelitian dengan mengambil bahan-bahan dari kepustakaan serta sumber lain yang ada hubungannya dengan masalah yang di teliti, sehingga dapat diperoleh landasan teori dalam menganalisis data yang ada dalam pembuatan skripsi ini.

2. Analisis

Melakukan analisis terhadap data-data yang telah diperoleh. Data yang akan dianalisis berupa data objek, kebutuhan produksi iklan, serta kelayakan iklan itu sendiri. Dari hasil analisis dihasilkan gambaran kondisi yang ada sehingga dapat dilakukan proses selanjutnya.

3. Perancangan iklan

Merancang proses pra produksi yang nantinya bisa mempermudah dalam proses produksi iklan.

4. Pembuatan iklan

Proses pembuatan iklan berdasarkan pada rancangan iklan yang sudah dibuat.

5. Tahap Uji Iklan.

Pada tahap ini untuk mengetahui apakah ada kesalahan atau tidak dalam iklan yg telah di buat sebelum iklan ditayangkan.

1.7 Sstematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

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

BAB II. LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan secara teortitis tentang konsep dasar iklan dan perancangan iklan.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

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

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan tahap memproduksi iklan dan menjelaskan pasca produksi iklan.

BAB V. PENUTUP

Kesimpulan dan saran dari hasil pembuatan iklan akan diuraikan dalam bab ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN