

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi banyak mempengaruhi tatanan hidup atau sebuah aturan dan sistem tertentu. Teknologi Informasi sekarang ini sudah semakin berkembang, kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat di manfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu dalam bidang periklanan. Dalam hal ini lebih khususnya yaitu periklanan dalam media televisi bagi sebuah instansi yang bergerak dibidang kuliner maupun pariwisata yang lebih tepat, cepat, dan informatif sangatlah diperlukan.

Perkembangan teknologi tentunya sangat tepat jika pada sebuah periklanan menggunakan media yang lebih komunikatif untuk mempromosikan suatu produk baik jasa maupun barang. Periklanan televisilah yang lebih komunikatif, karena pada sebuah iklan televisi menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan text.

Sebuah restaurant dan tempat rekreasi "The Westlake Resto" yang dituntut untuk memperluas promosi dari kawasan Yogyakarta sampai Jawa Tengah pada khususnya. Tempat makan dan rekreasi ini meskipun sudah melakukan periklanan melalui media cetak maupun presentasi-presentasi yang dilakukan oleh manajer pemasaran di beberapa instansi supaya instansi tersebut melakukan pertemuan

ataupun diklat di The Westlake Resto, tetapi untuk televisi belum sekalipun di coba, karena The Westlake Resto masih tergolong baru, untuk melakukan periklanan yang lebih luas sangat penting untuk memajukan dan meramaikan tempat ini agar lebih terdengar di telinga masyarakat.

Melihat adanya beberapa permasalahan di atas penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentang " Analisis dan Perancangan Iklan Televisi Pada The Westlake Resto Bedog Untuk Media Promosi " serta berupaya semaksimal mungkin untuk membuat sebuah iklan televisi dengan menggunakan Adobe Premiere CS 3, Adobe After Effect CS 3, Adobe Soundbooth CS 5 sebagai software penunjang dan Nikon D5100 sebagai media perekam, yang di harapkan The Westlake Resto lebih banyak dikunjungi serta lebih terkenal dikalangan masyarakat luas pada umumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang menjadi masalah utama yang dihadapi oleh The Westlake Resto adalah belum optimalnya The Westlake Resto dalam melakukan promosi, khususnya dengan periklanan menggunakan televisi, yang saat ini masih menggunakan periklanan dengan mengandalkan media cetak dan presentasi-presentasi yang dilakukan oleh manajer pemasaran di beberapa instansi supaya instansi tersebut melakukan pertemuan ataupun diklat di The Westlake Resto.

Karena cara periklanannya yang kurang luas dan efisien maka yang menjadi rumusan masalah adalah "bagaimana cara merancang sebuah iklan

televisi yang lebih efektif dan efisien untuk memajukan dan meramaikan The Westlake Resto dengan menggunakan alat produksi yang sederhana ?”

1.3 Batasan Masalah

Maka perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat di cari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya: Iklan ini berdurasi 30 detik, iklan ini dibuat dengan Adobe Premiere CS3, Adobe After Effect CS3, dan Adobe Soundbooth CS5. Selain itu iklan ini di rekam dengan kamera Nikon D5100.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Merancang sebuah iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan The Westlake Resto.
2. Memperkenalkan The Westlake Resto kepada masyarakat, agar masyarakat tertarik untuk makan dan berekreasi di sana.
3. Memperlihatkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki The Westlake Resto kepada masyarakat. Mulai dari pengemasan restoran, masakan, fasilitas penunjang seperti danau dan tempat rekreasi, serta auditorium serbaguna.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah:

1. Manfaat bagi penulis

- a. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut Perancangan Iklan Televisi.
- b. Memperoleh gambaran nyata tentang keunggulan The Westlake Resto.
- c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program S1 Sistem Informasi STMIK "AMIKOM" Yogyakarta.

2. Manfaat bagi The Westlake Resto

- a. Memberikan masukan dan gambaran kepada The Westlake Resto tentang periklanan televisi.
- b. Memperbanyak media The Westlake Resto untuk kegiatan periklanan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan antara lain:

1. Pengumpulan data

a. Wawancara (interview)

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada manajer pemasaran dan kepala manajer yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang The Westlake Resto untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

b. Pengamatan Langsung (Observasi)

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu beberapa tempat atau kelebihan yang dianjurkan oleh manajer pemasaran dan beberapa angel komposisi untuk kebutuhan pengambilan gambar untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

c. Metode Kearsipan

Metode ini meneliti data-data yang diperoleh dari arsip-arsip dari The Westlake Resto, untuk mengetahui data-data pasti seperti tanggal peresmian dan lainnya.

d. Perpustakaan (library)

Yaitu cara yang dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah dan lain-lainnya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan televisi.

2. Analisis

Menguraikan iklan televisi untuk diidentifikasi dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya.

3. Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan dibentuk. Pada tahap ini dihasilkan rancangan iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan The Westlake Resto.

4. Pengambilan gambar dan editing

Menterjemahkan hasil proses perancangan menjadi sebuah bentuk video untuk kebutuhan televisi.

5. Implementasi

Merupakan tahap meletakkan sebuah iklan televisi untuk ditayangkan. Tahapan ini meliputi pengoreksian dan penayangan iklan

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan televisi untuk media promosi, antara lain konsep dasar iklan, konsep dasar software yang digunakan.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan diuraikan tentang analisis dan perancangan iklan televisi secara umum serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas tentang hal-hal yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoreksian iklan, dan hasil implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses pembuatan iklan televisi dan berupa saran untuk perbaikan iklan yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.

