

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan dunia yang semakin pesat, perkembangan kondisi pasar sekarang ini telah membawa pengaruh terhadap strategi yang harus diterapkan oleh perusahaan dalam menawarkan dan memasarkan produk mereka. Dari waktu ke waktu konsumen semakin *well-informed*, di mana segala produk yang diinginkan dapat diketahui dengan cepat melalui informasi-informasi yang tersedia. Salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menawarkan produk mereka dan menarik minat konsumen terhadap produk tersebut adalah dengan melakukan promosi, salah satunya melalui iklan. Seiring pertumbuhan ekonomi iklan menjadi sangat penting karena konsumen potensial akan memperhatikan iklan dari produk yang akan di beli. Iklan selain sebagai promosi juga berfungsi (Kotler, 2000: 209):

1. Menginformasikan suatu produk atau jasa ataupun profil perusahaan.
2. Sebagai media untuk mengingatkan konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

Iklan mempengaruhi konsumen dalam tindakannya dan keyakinannya akan merek produk yang ditawarkan perusahaan. Peran iklan dalam mempengaruhi penjualan seperti yang terlihat dari berbagai teknik periklanan di televisi dengan tingkat eksposur iklan memberikan *image* tersendiri bagi

konsumen (Lutz, 1975 (Mittal: 1990)). Perusahaan berharap konsumen potensial akan berperilaku seperti yang diharapkan melalui iklan komersialnya.

Dari uraian di atas maka penulis mengambil topik untuk dijadikan skripsi dengan judul "Perancangan Iklan Fastaworld Sebagai Media Informasi Pada ASC Group Indonesia".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah Pada penulisan skripsi ini, rumusan masalah yang ada antara lain:

Bagaimana membuat iklan pada ASC Group Indonesia untuk produk FASTAWORLD agar mudah dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia.

1.3 Batasan Masalah

Menyederhanakan sebuah masalah, dan menghindari kesalahan dalam pembahasan yang terlalu luas dan bertolak dari perumusan masalah di atas maka dapat disimpulkan beberapa batasan-batasan masalah diantaranya :

1. Durasi iklan berkisar sekitar 30 detik
2. Pembahasan *software* yang digunakan dalam pembuatan iklan FASTAWORLD diantaranya :
 - a. Adobe After Effects
 - b. Adobe Photoshop

- c. 3ds Max
- d. Sony Vegas Pro
- e. Tema yang digunakan dalam iklan tersebut adalah perkembangan teknologi.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Sebagai persyaratan untuk kelengkapan dalam program studi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) AMIKOM Yogyakarta
2. Untuk membantu ASC Group Indonesia agar produknya bisa cepat dan lebih dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia

1.5 Manfaat Penelitian

1. Menjadi referensi atau acuan untuk melakukan analisa.
2. Memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman dalam merancang dan membuat sebuah iklan.
3. Dapat membantu ASC Group Indonesia dalam memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk yang ditawarkan.
4. Menjadi salah satu informasi sekaligus referensi bagi masyarakat untuk menentukan pilihan sebuah produk *notebook* yang akan dibeli.

1.6 Metode Penelitian

Metode-metode yang digunakan untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan melalui kerja praktek yang telah dilakukan penulis di lapangan secara langsung..

2. Metode Interview (wawancara)

Merupakan suatu cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi dari seorang informan atau seorang yang berwenang dalam instansi tersebut secara langsung yang bertanggung jawab terhadap perusahaan yang ditangani.

3. Kepustakaan

Metode dengan perolehan data dari buku-buku yang telah diterbitkan atau dari literature-literature yang merupakan sumber pengetahuan teori mengenai broadcast dimana semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika dan jadwal penelitian.

BAB II. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan masalah mengenai pengenalan media multimedia broadcast secara umum dan sistem perangkat lunak yang digunakan sesuai dengan standart minimal perangkat yang digunakan untuk proses produksi dan penayangan iklan televisi..

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pembahasan pada Bab III akan dijelaskan sejarah singkat ASC. Group Indonesia tentang visi, misi, motto, tujuan, struktur organisasi dan sistem yang sedang berjalan, serta segala macam bentuk kegiatan produksi yang sedang ditangani hingga sekarang.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pembahasan pada Bab IV akan menjelaskan tentang tahapan-tahapan pembuatan iklan FASTAWORLD pada ASC Group Indonesia.

BAB V. PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian DAFTAR PUSTAKA

1.8 Jadwal Kegiatan

NO	KEGIATAN	JUNI				JULI				AGUSTUS				NOVEMBER				DESEMBER															
		2010																2012															
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV												
1.	Persiapan																																
2.	Perancangan Metode penelitian																																
3.	Penelitian dan Pengambilan Data																																
4.	Analisis dan Perancangan Sistem																																
5.	Pembimbingan Penulisan Naskah Skripsi																																
6.	Penulisan Akhir Laporan																																
7.	Pendadaran																																