

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan modern sangat bergantung pada iklan. Tanpa iklan, para produsen dan distributor tidak dapat menjual barangnya, sedangkan disisi lain para pembeli tidak akan memiliki informasi yang memadai mengenai produk-produk barang dan jasa yang tersedia di pasar. Bila sebuah perusahaan ingin mempertahankan tingkat keuntungannya maka ia harus melangsungkan kegiatan-kegiatan periklanan secara memadai dan terus-menerus.

Bengkel New General yang bergerak di bidang Otomotif mengalami permasalahan dibidang mempromosikan tempat, fasilitas serta memasarkan jasa yang akan di tawarkan kepada konsumen sehingga konsumen terutama masyarakat Jogjakarta masih asing terhadap fasilitas dan jasa apa saja yang akan diberikan Bengkel New General.

Bengkel New General akan menggunakan media iklan televisi sebagai media untuk mempromosikan tempat, fasilitas serta memasarkan jasa yang ditawarkan, sehingga konsumen menjadi tertarik untuk menggunakan jasa Bengkel New General karena melalui iklan tersebut konsumen memiliki informasi yang memadai .

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul " **PEMBUATAN IKLAN BENGKEL NEW GENERAL JOGJAKARTA**" Sebagai Media Promosi .

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat di ambil rumusan masalah Bagaimana membangun profil Bengkel New General Jogjakarta dengan memanfaatkan media iklan televisi.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup lebih kecil yaitu "Bengkel New General" meliputi:

1. Profil perusahaan
2. Fasilitas
3. Dokumentasi dan informasi pada Bengkel New General Yogyakarta.
4. Adapun software yang digunakan adalah *Adobe Premiere Pro CS 3*, *Adobe Photoshop CS3*,
5. Hasil dari skripsi ini berupa iklan Bengkel New General Jogjakarta berdurasi 30 detik.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat profil Bengkel New General Jogjakarta berbasis multimedia untuk dapat digunakan secara optimal di bidang iklan televisi sebagai berikut:

1. Sebagai persyaratan kelulusan jenjang Strata-I STMIK " Amikom " Yogyakarta.

2. Membuat iklan Televisi sebagai media Promosi kepada masyarakat mengenai Bengkel New General Jogjakarta.
3. Mengembangkan ide dan pola keilmuan dalam merancang suatu iklan multimedia.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penulisan penelitian ini sebagai berikut:

1. Memperoleh gelar Sarjana Komputer.
2. Menarik minat konsumen untuk datang dan menggunakan jasa di Bengkel New General Jogjakarta .
3. Meningkatkan Citra Bengkel New General Jogjakarta.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan informasi yang akan disampaikan, maka penulis mengambil beberapa metode pengumpulan data yaitu:

1.6.1. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada Bengkel New General Jogjakarta .

1.6.2. Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan General Manager Bengkel New General Jogjakarta yang dapat memberi informasi serta perijinan

1.6.3. Metode Pustaka

Selain mengumpulkan data, dalam penyusunan skripsi ini juga dilakukan penelitian literature yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas, membaca buku-buku pustaka STMIK AMIKOM YOGYAKARTA sebagai referensi di dalam menganalisa data yang ada pada Bengkel New General Jogjakarta.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

Penyusunan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan, sehingga diharapkan akan lebih mudah untuk mengerti dan mendapat manfaat dari tulisan ini. Adapun uraian singkat mengenai isi tulisan ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan secara teoritis tentang konsep dasar sistem informasi dan multimedia, pengertian iklan, sejarah iklan televisi, konsep dasar iklan, manajemen periklanan, video dan perangkat multimedia yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang Bengkel New General Jogjakarta, visi dan misi, analisis strategi merancang iklan, analisis kegiatan pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan tahap-tahap implementasi sistem, yakni pemilihan perangkat keras dan perangkat lunak, memproduksi sistem, pengujian sistem, konversi sistem dan pemeliharaan sistem.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran dari isi " **PEMBUATAN IKLAN BENGKEL NEW GENERAL JOGJAKARTA Sebagai Media Promosi** " akan di jelaskan pada bab ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1.8 Jadwal Kegiatan

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Februari				Maret			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Identifikasi Masalah								
2	Analisis Kebutuhan Sistem								
3	Survey / pengumpulan data								
4	Pembuatan Storyboard								
5	Produksi								
6	Proses Editing								
3	Pembuatan Laporan								