

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman era globalisasi sekarang ini multimedia berkembang dengan pesatnya, dimana mana orang menggunakan media multimedia untuk publikasi, komunikasi, maupun interaksi. Sebagai proses komunikasi interaktif berasaskan teknologi computer yang menggabungkan penggunaan unsur-unsur media dalam persembahan informasi. Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi, maka informasi yang kita dapatkan dapat diakses dengan mudah dan cepat. Hal tersebut dapat kita lihat padapun perkembangan media elektronik khususnya televisi dan internet. Dalam perkembangan media elektronik khususnya televisi dan internet tentu saja membawa dampak positif dan dampak negatif.

Televisi adalah media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat. Media yang berkarakter audio-visual ini memang sedikit mirip dengan budaya lisan yang dimiliki masyarakat kita. Berbeda dengan budaya baca-tulis. Tak heran masyarakat masih banyak yang buta huruf. Keinginan untuk memiliki televisi jauh lebih tinggi daripada keinginan untuk membeli buku bacaan. Media komunikasi sangat berperan dalam mempengaruhi perubahan masyarakat. Untuk memproduksi iklan tv harus melalui 3 tahap yaitu tahap pra produksi, tahap produksi, tahap pasca produksi. Perancangan iklan televisi mempunyai peran yang penting sebelum memproduksi

iklan. Alur cerita yang akan menyampaikan informasi tentang suatu produk yang akan diiklankan dibuat dalam proses perancangan iklan. Maka dalam perancangan iklan adanya suatu strategi, yang nantinya sesuai sasaran yang dituju.

Berdasarkan berbagai masalah tersebut, penyusun mencoba merancang dan menganalisis sebuah iklan lewat media televisi pada Monumen Jogja Kembali yang belum mempunyai iklan lewat media televisi dan mempunyai permasalahan dalam mengenalkan kepada publik bahwa Monumen Jogja Kembali merupakan sebuah tempat wisata/museum edukasi sejarah yang didalamnya berisi tentang perjuangan bangsa Indonesia merebut kemerdekaannya. Dan dengan adanya media iklan televisi Monumen Jogja diharapkan bisa menambah pemasukan Monumen Jogja Kembali. Karena iklan multimedia merupakan salah satu media pendukung dalam penyampaian informasi yang efektif dan menarik dalam penyampaiannya daripada lewat media tertulis.

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian di atas dapat disimpulkan beberapa masalah yang dihadapi yaitu, sebagai berikut :

Bagaimanakah merancang iklan media televisi Monumen Jogja Kembali yang efektif untuk mempromosikan “MONUMEN JOGJA KEMBALI”

1.3 Batasan Masalah

Rancangan iklan “Monumen Jogja Kembali”, difokuskan pada pembahasan permasalahan yaitu perancangan dan analisa manfaat dari iklan televisi “Monumen Jogja Kembali” Software yang digunakan untuk mendesain dan mengedit iklan tersebut adalah Adobe Premiere Pro CS3, Adobe Audition 1.5, Adobe After Effect CS3,. Iklan yang akan dibuat, ditayangkan di stasiun televisi lokal.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk Memenuhi persyaratan kelulusan untuk jenjang Strata 1 STMIK “AMIKOM” YOGYAKARTA dan untuk mengarah sasaran yang dicapai dalam skripsi ini, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang naskah dan storyboard iklan televisi pada iklan Monumen Jogja Kembali
2. Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh selama kuliah di STMIK “AMIKOM” YOGYAKARTA
3. Memproduksi iklan televisi Monumen Jogja Kembali yang efektif

1.5 Manfaat Penelitian

- 1 Sebagai bekal untuk siap terjun ke dunia kerja.
2. Sebagai referensi buat adik-adik kelas yang tertarik dalam dunia periklanan televisi
3. Menarik pengunjung dan meningkatkan Citra Monumen Jogja Kembali

4. Sebagai sumbangan pemikiran tentang efektifitas iklan televisi, sehingga dapat digunakan untuk evaluasi strategi pemasaran pada umumnya dan periklanan pada khususnya.

1.6 Metode Pengambilan Data

Pengambilan data sebagai metode dalam penelitian untuk bahan analisa dan pengajian. Teknik yang digunakan adalah :

a. Metode Wawancara

Wawancara langsung terhadap bagian yang terkait dengan penelitian dengan Pihak pengelola Monumen Jogja Kembali yang dapat memberikan data informasi mengenai Monumen Jogja Kembali

b. Metode Pustaka

Yaitu metode yang dilakukan untuk mendapatkan data melalui referensi referensi buku, Buku Perpustakaan STMIK AMIKOM YOGYAKARTA, sebagai referensi dalam pembuatan iklan yang baik.

c. Dokumentasi

dengan cara mengambil gambit (video) atau data-data , yang berhubungan dengan penelitian skripsi untuk dijadikan sebuah obyek pada program skripsi ini

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan tugas akhir ini, Penulis menggunakan sistematika skripsi sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Merupakan bab yang membahas latar belakang tentang perkembangan teknologi, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data dan

BAB II. LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan sejarah perkembangan periklanan televisi, konsep dasar iklan televisi strategi perancangan iklan televisi, penetapan tujuan periklanan, strategi merancang naskah dan storyboard, teknik pengambilan gambar, peralatan dasar produksi iklan, perangkat multimedia yang digunakan

BAB III. TINJAUAN UMUM DAN ANALISIS

Merupakan bab yang akan membahas tentang sejarah mengenai Monumen Jogja Kembali, struktur organisasi Monumen Jogja Kembali, analisis pieces, analisis biaya manfaat

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang strategi perancangan iklan tv yang digunakan, perancangan grafis, produksi dan pasca produksi

BAB V. PENUTUP

Merupakan bab yang akan membahas tentang kesimpulan dan saran.