

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang ini merupakan masa persaingan bebas antar perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan menginginkan produknya dapat diterima oleh masyarakat luas. Hal terpenting dalam pemasaran agar informasi produknya sampai ke konsumen itu diperlukan informasi yang jelas. Salah satunya adalah melalui media periklanan. Kejelasan informasi pada segmen pemasaran terhadap produk yang diiklankan akan menghasilkan dampak yang positif dari konsumen. Hal ini juga akan berdampak pada keuntungan bagi perusahaan demi meningkatkan *brand* perusahaan tersebut.

DISC HOUSE'91 merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyewaan cd film, game dan program. Keinginan agar produknya dapat diterima masyarakat maka DISC HOUSE'91 ingin mempromosikan produknya melalui periklanan televisi. Hal ini dikarenakan DISC HOUSE'91 telah mempromosikan melalui iklan media cetak, brosur dan spanduk yang hasil dari promosi tersebut kurang efektif (Interview Wandasari, 16 maret 2011).

Dalam periklanan sekarang ini animasi *Stop Motion* sudah sering dilihat di televisi, namun iklan tersebut campuran antara video dan animasi *Stop Motion* itu sendiri dan jarang iklan yang menggunakan animasi *Stop Motion* secara keseluruhan. DISC HOUSE'91 ingin membuat iklan yang unik dan berbeda dari

semua iklan dengan menggunakan konsep dan animasi Stop Motion secara keseluruhan.

Pendekatan komunikasi pemasaran dengan pembuatan Iklan DISC HOUSE'91 dengan konsep *Stop Motion* ini diharapkan menghasilkan iklan yang unik dan akan membuat konsumen tertarik untuk datang menyewa cd, dvd film maupun game program yang ada di DISC HOUSE'91. Strategi ini yang menurut peneliti dirasa tepat untuk membangun *awareness* dan *positioning brand* DISC HOUSE'91 di tengah-tengah masyarakat Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Dari Latar belakang dalam penelitian tugas akhir ini, maka dapat didapatkan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menentukan ide dan alur dalam pembuatan iklan DISC HOUSE'91 dengan konsep *Stop Motion* yang unik agar mudah dicerna dan diterima oleh masyarakat Yogyakarta.
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi produksi dalam pembuatan iklan DISC HOUSE'91 dengan konsep *Stop Motion* baik secara teknis untuk memaksimalkan hasil produksi.

1.3 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka diberi batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Yogyakarta, dengan obyek penelitian adalah DISC HOUSE'91.
2. Proses produksi iklan DISC HOUSE'91 dari pra-produksi – finishing iklan DISC HOUSE'91.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Pembuatan Iklan ini diharapkan mampu membangun kepercayaan merk (*brand trust*), sehingga membuahkan loyalitas merk (*brand loyalty*) yang merupakan suatu konsep sangat penting dalam strategi pemasaran. Baik di lingkup internal DISC HOUSE'91 itu sendiri maupun antara pengguna jasa. Secara khusus, pembuatan Iklan DISC HOUSE'91 dengan konsep *Stop Motion* berfungsi untuk memperkuat *brand positioning* pada target konsumen.
2. Membuat sebuah iklan DISC HOUSE'91 dengan konsep *Stop Motion* yang unik dan menarik yang sesuai dengan standar pertelevisian, maka iklan tersebut akan diberi judul sesuai dengan selogan DISC HOUSE'91 itu sendiri yaitu "It's Solution Your Movie".

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti : penelitian ini merupakan penerapan dari teori yang telah diperoleh peneliti selama belajar diperguruan tinggi ke dalam situasi nyata terutama pengetahuan tentang pembuatan, editing video dan konsep tentang menaikkan citra *brand* sebuah perusahaan dimata masyarakat luas.
2. Bagi perusahaan : dari hasil penelitian diharapkan *image* perusahaan menjadi lebih baik dan lebih dikenal masyarakat.
3. Bagi pihak lain : penelitian ini diharapkan berguna dan menjadi tolak ukur sebagai bahan perbandingan bagi penelitian serupa di masa yang akan datang.

1.6 Metode Penelitian

Terdapat beberapa metode yang digunakan dalam perancangan, pembuatan maupun penulisan Tugas Akhir ini sebagai berikut:

1. *Interview*

Interview merupakan salah satu teknik dalam sebuah metode penelitian dengan cara mengadakan percakapan secara langsung kepada pihak instansi bersangkutan.

2. Studi *Literatur*

Studi *literatur* yaitu mempelajari buku-buku dan menelaah dokumen yang berkenaan dengan permasalahan selama penelitian berlangsung.

1.7 Sistematika Penulisan Naskah Penelitian, terdiri dari:

1.7.1 BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang pengambilan judul yang mengungkapkan fenomena komunikasi terkait iklan pertelevisian zaman sekarang. Apa itu iklan, mengapa peneliti memilih iklan DISC HOUSE'91 menggunakan konsep *stop motion*. Kemudian akan dijelaskan mengenai rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian yang menjelaskan batasan-batasan ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan peneliti, serta sistematika penulisan untuk karya tulis tersebut.

1.7.2 BAB II : Landasan Teori

Bab kedua menjelaskan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan topik penelitian, yaitu mengenai sejarah dan pengertian periklanan, multimedia, jenis iklan, teknik shoot dalam pengambilan gambar, software editing video, dan organisasi dalam sebuah iklan.

1.7.3 BAB III : Analisis dan Perancangan

Bab ketiga menjelaskan definisi konsep dan definisi operasional dari

topik peneliti, jenis dan metode penelitian, perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan, teknik pembuatan, editing video, teknik pengumpulan data yang digunakan, dan teknik analisis dalam mengolah data yang diterima yang akan digunakan peneliti pada penelitian ini. Dalam bab ini terdapat pula konsep, naskah, dan *storyboard* iklan.

1.7.4 BAB IV : Implementasi dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang paparan implementasi dan pembahasan data penelitian yang telah diolah dan dituangkan dalam bentuk video dengan durasi 1 menit. Pembahasan berisi hasil analisis dan hasil penelitian yang dikaitkan dengan struktur pengetahuan yang telah mapan (tinjauan pustaka yang diacu oleh penulis).

1.7.5 BAB V : Penutup

Pada bab ini berisi ringkasan dan penegasan penulis mengenai hasil penelitian dan pembahasan. *Saran* dapat berisi tindakan praktis, pengembangan teori baru dan penelitian lanjutan.

1.7.6 Daftar Pustaka

Pada halaman ini memuat bahan-bahan yang merupakan referensi/litelatur atas penelitian yang dilakukan peneliti secara jelas, daftar pustaka tersebut disusun dengan aturan penulisan daftar pustaka seperti lazimnya yang biasa digunakan dalam penulisan skripsi.