

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini teknologi komputer merupakan salah satu teknologi yang sebagian besar menemani kehidupan manusia. Manusia dimudahkan dengan adanya multimedia karena dapat berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, teks, audio, video dan animasi sehingga informasi yang disajikan akan lebih jelas dan menarik. Perkembangan teknologi informasi yang semakin tinggi, turut mempengaruhi persaingan ekonomi. Dengan teknologi informasi yang semakin tinggi para pelaku ekonomi bersaing untuk memaksimalkan pemasaran. Salah satu cara agar tercapainya pemasaran yang efektif adalah melalui iklan di stasiun TV lokal. Di masa kini, pelayanan jasa seperti Ardhian Dekorasi Pengantin menyadari bahwasanya promosi sangatlah dibutuhkan.

Iklan dibutuhkan bukan hanya sebagai media informasi saja tapi sebagai media persuasif juga, dengan artian bukan hanya sekedar menginformasikan wahananya tetapi juga mengajak komunikasi agar menghargai dan ikut melestarikan budaya tradisional Jawa.

Beberapa belakangan tahun ini, jumlah pelanggan yang menggunakan jasa Ardhian Dekorasi Pengantin merosot tajam karena banyak konsumen lebih memilih dekorasi pengantin moderen. Maka dari itu dibutuhkan strategi

untuk mempromosikan dekorasi pengantin tersebut melalui media visual iklan televisi sebagai salah satu solusinya.

Ada dua macam stasiun televisi di Indonesia, yaitu stasiun televisi lokal dan stasiun televisi nasional. Stasiun televisi nasional mempunyai jangkauan penayangan yang luas hampir diseluruh pelosok Indonesia. Tentunya biaya yang dikeluarkan untuk memasang iklan sangat mahal. Sedangkan stasiun televisi lokal mempunyai jangkauan penayangan yang lebih terbatas di beberapa kota saja tentunya biaya yang dikeluarkan untuk memasang iklan lebih murah. Mengingat Ardhan dekorasi pengantin termasuk usaha menengah kebawah jadi lebih efektif bila memilih untuk memasang iklan di stasiun televisi lokal.

Strategi perancangan dan pembuatan iklan televisi lokal harus tepat pada sasaran, efisien dan efektif serta mampu mempengaruhi komunikasi untuk menggunakan jasa Ardhan Dekorasi Pengantin.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka dapat diambil pokok permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana pembuatan iklan Ardhan Dekorasi Pengantin yang komunikatif sehingga dapat menarik konsumen?
- b. Apa saja tahapan yang perlu dilakukan dalam pembuatan iklan Ardhan Dekorasi Pengantin?

### 1.3 Batasan Masalah

Perancangan iklan Ardhan Dekorasi Pengantin, difokuskan pada pembahasan permasalahan yaitu perancangan dari iklan Ardhan Dekorasi Pengantin . Iklan yang akan dibuat, ditargetkan untuk ditayangkan di stasiun televisi lokal.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan *iklan* ini antara lain:

- a. Untuk mempromosikan Ardhan Dekorasi Pengantin agar lebih banyak pelanggan.
- b. Dapat mengetahui unsure- unsure pembentukan multimedia, terutama dalam tehnik perancangan iklan dengan baik dan benar.
- c. Sebagai syarat kelulusan program Diploma 3 jurusan Manajemen Informatika pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka penulis mendapatkan manfaat sebagai berikut:

a. Bisa mencapai gelar Ahli Madya di STMIK AMIKOM  
YOGYAKARTA.

4

b. Sebagai bekal untuk terjun ke dunia kerja.

c. Sebagai pengalaman dalam menjalani proses pembuatan iklan.

d. Sebagai sumbangan pemikiran tentang pembuatan iklan televisi.

### 1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam sebuah pembuatan iklan televisi yaitu:

a. Survei Lokasi

Mencari tempat / lokasi sesuai skenario dan cocok untuk diberikan efek video. Penulis bisa mendapatkan gambaran seperti nanti apa yang akan digunakan dalam proses pengambilan gambar.

b. Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke tempat yang akan digunakan proses shooting dengan melakukan deserasi ini penulis mendapat tempat-tempat yang cocok untuk dilaksanakannya proses shooting.

c. Interview

Penulis melakukan wawancara pada beberapa pihak yang mengerti benar bagaimana cara pembuatan iklan televisi. Metode ini

merupakan suatu cara paling efektif untuk mengumpulkan informasi tentang pembuatan iklan televisi dari beberapa informan.

5

d. Pustaka

Penulis mengumpulkan data dengan cara membaca informasi dari buku maupun materi kuliah yang pernah disampaikan, termasuk data-data atau dokumen yang diambil dari internet.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Seperti umumnya laporan penelitian ilmiah, maka pada sistematika laporan tugas akhir meliputi:

a. BAB I PENDAHULUAN

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

b. BAB II DASAR TEORI

Bab ini menjelaskan teori tentang konsep perancangan iklan, dasar iklan televisi, dan software yang digunakan dalam proses perancangan iklan.

c. BAB III GAMBARAN UMUM

Penjelasan tentang perancangan iklan Ardhian Dekorasi Pengantin untuk dimedia televisi lokal meliputi:

a. Analisi masalah

- b. Daya tarik pesan iklan
- c. Merancang naskah dan storyboard
- d. Memproduksi iklan televisi

6

e. BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai penerapan editing pada pembuatan iklan televisi Ardhan Dekorasi Pengantin.

f. BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran dari hasil perancangan dan pembuatan iklan televisi.

