

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti saat ini, menuntut persaingan bisnis menjadi begitu ketat, sehingga kehadiran teknologi komputer akan menjadi sangat krusial bagi keberhasilan setiap bisnis. Komputer tidak lagi menjadi kebutuhan pendukung tapi telah menjadi kebutuhan pokok.

Selain kebutuhan akan komputer, aplikasi multimedia yang juga turut berkembang sangat berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satunya pada bidang promosi atau iklan yang berperan sebagai media promosi baik barang, jasa, perusahaan atau instansi. Namun masih ada pula yang memanfaatkan media cetak dan radio untuk promosi. Antusias masyarakat terhadap promosi atau iklan melalui media cetak dan radio sudah dirasa biasa. Namun dengan adanya multimedia, iklan atau promosi yang disajikan akan lebih menarik dan menambah minat masyarakat terhadap barang, jasa maupun instansi yang akan dipromosikan.

Dengan membuat iklan dengan menerapkan aplikasi multimedia yang berisi teks, gambar, suara, video, dan animasi akan berpengaruh terhadap antusiasme masyarakat. Ditambah lagi dengan penggunaan animasi 3D yang akan menambah daya tarik. Karena dengan multimedia semua aspek yang akan disuguhkan dan informasi yang akan disampaikan akan terwakili dengan jelas. Selain itu, dengan multimedia akan menambah antusiasme masyarakat

terhadap produk, jasa, maupun instansi yang dipromosikan, dengan iklan multimedia ini akan mudah diterima oleh masyarakat dan juga lebih mudah dipahami.

Nury Gypsum adalah toko jasa bangunan yang beralamat di Jl. Manisrenggo – Prambanan, Losari, Solodiran, Manisrenggo, Klaten. Toko Nury gypsum menyediakan berbagai macam gypsum dengan motif yang bervariasi. Pelanggan yang akan membeli gypsum juga dapat memilih motif gypsum sesuai dengan keinginan. Pembuatan gypsum dilakukan di toko Nury gypsum dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Selain menyediakan berbagai jenis gypsum, Nury gypsum juga melayani jasa pemasangan gypsum.

Namun promosi yang dilakukan Nury Gypsum saat ini dapat dikatakan masih minimal. Dengan adanya permasalahan tersebut, diharapkan dengan adanya media iklan dengan berbasis pada multimedia ini penyebaran informasi tentang Nury Gypsum dapat lebih efektif dan efisien. Iklan berbasis multimedia ini pun juga akan berpengaruh pada jangkauan penyebaran informasi tentang Nury Gypsum pun dapat lebih luas, misalnya saja dengan mempromosikannya melalui televisi lokal yang ada di Yogyakarta. Sehingga diharapkan dengan adanya iklan ini dapat meningkatkan jumlah pelanggan di Nury Gypsum.

Melihat latar belakang diatas, mendorong penulis untuk melakukan penelitian tentang pembuatan iklan untuk Nury Gypsum sesuai dengan perkembangan teknologi yang digunakan saat ini yaitu multimedia, yang akan

dilanjutkan untuk pembuatan skripsi yang diberi judul Analisis dan Perancangan Iklan Televisi Studi Kasus Pada Nury Gypsum Klaten.

## 1.2. Rumusan Masalah

Setelah melihat dan mengkaji latar belakang diatas, maka penulis menyimpulkan rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Bagaimana merancang sebuah iklan dengan menerapkan animasi visual efek dan animasi 3 dimensi?

## 1.3. Batasan Masalah

Ruang lingkup dalam dunia promosi atau periklanan yang semakin ketat, sehingga menuntut konsep pembuatan iklan dengan memanfaatkan media teknologi yang semakin maju yang dapat menghasilkan suguhan iklan yang mampu menarik minat para pemirsa. Untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup yang lebih sempit yaitu bagaimana membuat iklan yang akan membantu promosi.

Lebih detail lagi penulis menjabarkan secara rinci mengenai masalah-masalah yang akan dibahas, yaitu :

- Bagaimana merancang konsep, naskah, dan storyboard iklan
- Alat produksi apa saja yang dibutuhkan untuk membuat iklan
- Hasil analisa dan perancangan iklan ini hanya terbatas pada video yang berdurasi 30 detik saja, untuk selebihnya pendistribusian iklan ini menjadi kewenangan Nury Gypsum.

#### 1.4. Tujuan Penelitian

- Sebagai media penerapan dan pengembangan ilmu yang didapat selama masa studi di STMIK Amikom Yogyakarta dengan konsentrasi multimedia broadcasting.
- Agar mendapat gambaran secara nyata bagaimana cara memproduksi iklan secara maksimal.
- Sebagai media penerapan ilmu serta uji coba kerja sebelum terjun ke dunia kerja yang lebih mempunyai daya saing tinggi.
- Sebagai syarat kelulusan program S1 serta untuk memperoleh gelar sarjana di STMIK Amikom Yogyakarta pada jurusan Sistem Informasi.

#### 1.5. Manfaat Penelitian

##### a. Bagi Penulis

- 1) Untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang di dapat selama masa studi di STMIK Amikom Yogyakarta pada jurusan Sistem Informasi dengan konsentrasi Multimedia Broadcasting.
- 2) Untuk mendapat gambaran secara nyata tentang tahap-tahap produksi sebuah iklan.
- 3) Untuk mengetahui tingkat kemampuan penulis dalam merancang dan membuat sebuah iklan dengan standar broadcasting, sebagai bekal di dunia kerja yang semakin berkembang dengan persaingan yang tinggi di era globalisasi.

- 4) Sebagai syarat kelulusan dan syarat mendapatkan gelar sarjana Strata I pada jurusan Sistem Informasi STMIK Amikom Yogyakarta.

**b. Bagi Nury Gypsum**

Sebagai media promosi yang dapat membantu dalam publikasi dan pengenalan Nury Gypsum kepada masyarakat luas sehingga dapat menambah jumlah pelanggan dan meningkatkan pendapatan Nury Gypsum.

**1.6. Metode Penelitian**

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang akurat, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis mengembangkan berbagai metode pengumpulan data dalam penelitian skripsi ini yaitu :

**1. Metode Observasi**

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis dilapangan dengan cara melihat proses pembuatan gipsum.

**2. Metode Interview (wawancara)**

Merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi dari seorang yang berwenang dalam instansi tersebut secara langsung.

### 3. Kepustakaan

Metode dengan perolehan data dari buku-buku yang telah diterbitkan atau literatur-literatur yang merupakan sumber pengetahuan teori mengenai cara pembuatan iklan dimana semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

#### 1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini penulis susun dengan format sebagai berikut:

##### BAB I PENDAHULUAN

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

##### BAB II DASAR TEORI

Dalam bab ini diuraikan masalah mengenai pengenalan iklan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik pemirsa.

##### BAB III TINJAUAN UMUM

Bab ini menjelaskan tentang konsep iklan yang penulis bahas, profil singkat Nury Gypsum, dan analisis mengenai pra produksi.

##### BAB IV PEMBAHASAN

Merupakan bab yang akan membahas proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas pada BAB III, yaitu pada tahap Produksi dan Pasca Produksi.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi laporan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi referensi-referensi yang digunakan dalam pembuatan iklan.

