

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi informasi dan teknologi komunikasi memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap kemajuan dan pengembangan industri media televisi. Hal ini kaitannya televisi dalam menyajikan acara yang dapat memenuhi kebutuhannya, pada saat ini membutuhkan format acara-acara televisi yang di dalamnya terdapat unsur-unsur pendidikan, penerangan, hiburan, maupun promosi. Televisi dahulu dikenal oleh masyarakat sebagai suatu media penerangan saja, hanya menyajikan acara-acara yang sifatnya menyampaikan informasi. Seiring dengan perkembangan, akhirnya televisi mengalami banyak perubahan.

Pemirsa televisi sekarang cenderung lebih selektif dalam memilih acara televisi, masing-masing mempunyai selera tersendiri dalam menikmati suatu suguhan acara. Oleh karena itu, banyak stasiun televisi semakin meningkatkan mutu dan kualitas acara, untuk memikat hati dan sekaligus memberikan yang terbaik. Format acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi sangatlah bervariasi, karena dari format acara televisi itu sendiri terbagi menjadi tiga kategori yaitu drama, non-drama dan olahraga.

Sejak era reformasi di Indonesia iklan tiba-tiba menjadi program yang sangat penting di media televisi dan radio. Bahkan program tersebut disajikan dalam format yang bagus dan ditayangkan di stasiun televisi atau radio yang sudah ditentukan baik itu berupa iklan suatu produk atau layanan masyarakat.

Maka untuk membuat suatu iklan dalam televisi yang nantinya bisa menjadi suatu iklan televisi bermutu dan berbobot, diperlukan suatu kesatuan kerja produksi yang handal.

Penayangan iklan televisi bukan hanya tergantung pada konsep penyutradaraannya saja atau kreatifitas penulisan naskah, melainkan sangat bergantung pada kemampuan profesionalisme dari seluruh kelompok kerja di dunia broadcast dengan seluruh mata rantai divisinya (Naratama, 2004, hal 62).

Dalam memproduksi suatu iklan televisi pada saat ini masih menjadi program unggulan pada televisi, diperlukan suatu kerjasama yang profesional antar setiap divisi satuan kerja produksi, serta alat produksi yang memenuhi syarat agar dapat menyajikan sebuah iklan yang dapat memberikan nilai pendidikan, hiburan dan informasi.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, perumusan masalah adalah sebagai berikut : "*Bagaimana proses produksi iklan pada televisi bisa menarik ?*".

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup yang lebih sempit, yaitu :

1. Pemanfaatan multimedia dalam bidang periklanan untuk menghasilkan suatu rancangan tampilan iklan "SMK Kristen 3 Klaten" yang menarik pada media televisi.

2. Software yang digunakan dalam merancang tampilan video iklan ini adalah Ulead video Studio, Adobe Audition dan Adobe Premiere CS3.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

- Sebagai media pengembangan dan penerapan ilmu yang di dapat selama masa studi di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- Media pemanfaatan belajar yang telah disediakan oleh pihak lembaga STMIK AMIKOM dengan adanya *Lab Real World Broadcast* yang telah tersedia sebagai sarana pengembangan dan penerapan ilmu serta uji coba kerja sebelum terjun ke dunia kerja yang lebih mempunyai daya saing.
- Agar dapat memperoleh gambaran secara nyata bagaimana cara memproduksi dan membuat program iklan serta penggunaan alat Broadcast yang ada secara maksimal.
- Sebagai syarat kelulusan Program Studi STRATA-1 di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- Mengetahui tahapan-tahapan dalam memproduksi suatu iklan yang akan ditayangkan di televisi serta mendapatkan pengalaman dalam memproduksi iklan televisi.

## 1.5 Metode Penelitian

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu, metode penelitian yang digunakan yaitu :

### 1. Metode Observasi

Pengamatan secara langsung di lingkungan SMK Kristen 3 Klaten untuk mengetahui bagaimana dan apa yang dilakukan siswa dalam kegiatan belajar mengajar dan praktikum.

- Menentukan tempat yang tepat untuk pengambilan gambar atau shooting.
- Menentukan alat apa saja yang di butuhkan.

### 2. Metode Interview ( wawancara)

Konsultasi dengan Kepala sekolah SMK Kristen 3 Klaten untuk dimintai keterangan-keterangan tentang SMK Kristen 3 Klaten.

- Jadwal kegiatan praktikum siswa
- kegiatan ekstrakurikuler.

### 3. Kepustakaan

Mengumpulkan data dengan melakukan pengkajian beberapa sumber referensi tertulis.

- buku-buku yang relevan.
- sumber-sumber dari internet.

## 1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini disusun dengan format sebagai berikut :

### **BAB I. PENDAHULUAN**

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

### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini diuraikan masalah mengenai pengenalan Broadcast secara umum dan sistem perangkat lunak yang digunakan sesuai dengan standar minimal perangkat yang digunakan untuk proses produksi dan penayangan iklan pada televisi.

### **BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN**

Bab ini menjelaskan tentang pembuatan iklan singkat SMK Kristen 3 Klaten.

### **BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Merupakan bab yang akan membahas proses produksi dan sistem penayangan dan pembuatan iklan, yang diselenggarakan di dalam area SMK Kristen 3 Klaten yang dikelola oleh suatu Yayasan Kristen di Indonesia yang dipercaya oleh yayasan sebagai instansi pendidikan





