

BAB I

PEBDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini iklan adalah hal penting dalam meningkatkan suatu usaha baik berupa jasa maupun produk, iklan dapat diartikan sebagai pemberitahuan kepada orang ramai mengenai barang atau jasa yang dijual dan dipasang di dalam media masa, seperti surat kabar atau koran, majalah dan media elektronik seperti radio, televisi, dan internet. Dari pengertian iklan tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian dan mendorong atau membujuk masyarakat agar memiliki atau memenuhi permintaan pemasang iklan. Bengkel Ahas 366 By Pass Motor Klaten yang merupakan bengkel resmi sepeda motor Honda pun menyadari bahwa iklan merupakan hal penting dalam meningkatkan jumlah konsumen.

Salah satu keunggulan dari Bengkel Ahas 366 By Pass Motor Klaten adalah fasilitas yang lengkap dibanding dengan bengkel biasa atau pun bengkel ahas yang lain. Untuk lebih memperkenalkan dan menarik minat dari konsumen untuk membawa motornya ke bengkel Ahas 366 By Pass Motor Klaten. Untuk itu dibutuhkan strategi untuk mempromosikan Ahas 366 By Pass Motor Klaten melalui media visualisasi periklanan sebagai salah satu sarana yang digunakan untuk meningkatkan pengunjung dan meningkatkan omset penghasilan Ahas 366 By Pass Motor Klaten.

Strategi perancangan dan pembuatan iklan harus tepat pada sasaran, efisien, dan efektif serta mampu mempengaruhi masyarakat untuk memperbaiki motornya di Ahas 366 By Pass Motor Klaten.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah maka dalam penelitian yang berjudul Media Visualisasi dan Animasi Periklanan Ahas 366 By Pass Motor Klaten ini, pembahasan ditujukan untuk mengetahui :

1. Bagaimana iklan bisa diterima oleh masyarakat luas?
2. Bagaimana strategi yang tepat dalam perancangan dan pembuatan iklan?
3. Bagaimana membuat iklan yang komunikatif sehingga masyarakat merasa tertarik dan yakin untuk memperbaiki motornya di Ahas 366 By Pass Motor Klaten?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, untuk memperkuat pembahasan mengenai materi yang akan dibuat dalam laporan Tugas Akhir ini, perlu di ambil batasan yang jelas mengenai pokok permasalahan yang di angkat. Pembatasan masalah dalam hal ini adalah “Bagaimana mempromosikan Ahas 366 By Pass Motor Klaten sebagai salah satu bengkel resmi Honda yang terbaik dan terlengkap di Klaten dalam bentuk media visualisasi iklan”. Tetapi dalam hal ini penulis hanya sampai pada proses produksi belum ke tahap penyiaran

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penyusunan Tugas Akhir Media Visualisasi dan Animasi Periklanan Ahas 366 By Pass Motor Klaten ini penulis memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu pemenuhan syarat kelulusan penulis pada jenjang pendidikan Diploma 3 jurusan Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Sebagai pembelajaran serta penerapan ilmu yang dipelajari selama menjalani pendidikan di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Mempromosikan Ahas 366 By Pass Motor Klaten yang merupakan salah satu bengkel resmi Honda yang ada di Klaten.
4. Meningkatkan efektifitas promosi melalui penajaman arah dan strategi sasaran serta instrument tujuan promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Memberikan gambaran visual nyata kepada masyarakat luas bahwa Ahas 366 By Pass Motor Klaten adalah salah satu bengkel resmi Honda yang terbaik dan terlengkap di Klaten.

1.6 Metode Penelitian

Dalam mengkaji dan menganalisa permasalahan ini, penulis merangkum data dari berbagai sumber. Perangkuman atau pengumpulan data yang dilakukan penulis menggunakan empat jenis metode, meliputi :

1. Literature atau Kepustakaan

Studi literature atau kepastakaan merupakan sumber data tertulis yang di dapat dari berbagai referensi seperti buku, sumber arsip, majalah, koran dan dokumen-dokumen resmi.

2. Jelajah Jejaring (Browsing)

Pengambilan data berupa title dan image dalam bentuk format *.html, *.pdf dan *.jpg melalui browsing (pencarian) dari situs-situs yang berkaitan langsung dengan permasalahan dalam penelitian ini.

3. Wawancara

Wawancara dapat diartikan sebagai sebuah proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab dan bertatap muka antara pewawancara dan responden.

4. Observasi

Observasi yang dilakukan oleh penulis adalah melihat dan mengamati tempat pengambilan gambar untuk pembuatan storyboard dan stock shot(video) di Ahass 366 By Pass Motor Klaten pada khususnya.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada pendahuluan ini menjelaskan garis besar dari permasalahan yang akan dibahas di dalam laporan Tugas Akhir ini sehingga lebih mudah dipahami. Bab ini meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan, dan Jadwal Rencana Kegiatan.

BAB II DASAR TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail, dapat berupa definisi-definisi yang langsung berkaitan dengan ilmu atau masalah yang diteliti. Bab ini meliputi Konsep Dasar Multimedia, Konsep Dasar Animasi, Konsep Dasar Periklanan, Konsep Dasar Naskah, dan Software Yang Digunakan.

BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini menguraikan tentang definisi konseptual subyek dan objek penelitian. Bab ini meliputi Sejarah Singkat Bengkel Ahass 366 By Pass Motor, Visi dan Misi Bengkel Ahass 366 By Pass Motor, Media Promosi Yang Dipakai Saat Ini, dan Struktur Organisasi Bengkel Ahass 366 By Pass Motor.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan tentang proses penelitian selama melakukan perancangan dan pembuatan iklan, mulai dari proses pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

