

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini penggunaan iklan video sebagai media promosi untuk sebuah layanan produk dan jasa sudah banyak digunakan dan semakin berkembang menemani kehidupan manusia. Tidak bisa dipungkiri, orang-orang akan lebih nyaman melihat tampilan visual daripada harus membaca text yang panjang. Baik menggunakan gambar yang menarik, maupun menggunakan video professional.

Media video merupakan salah satu media yang efektif untuk beriklan terutama penggunaan di televisi , media sosial , internet dll. Di Indonesia maupun di dunia, video iklan televisi tidak saja populer tapi sudah sangat mengambil alih sebagian market. Dan penggunaan telah ada di hampir semua sektor bisnis. Orang akan lebih nyaman dan paham tentang penjelasan sebuah produk atau jasa , Hal ini dikarenakan video iklan televisi mempunyai karakteristik khusus yaitu kombinasi gambar, suara dan gerak.

Perusahaan Kedai Jersey Jogja adalah Soccer Home Industri yang sedang mengalami permasalahan dalam pemasaran Produk yang ditawarkan. Pemasaran yang saat ini dilakukan hanyalah melalui Website, sehingga pemasarannya kurang maksimal dan itu berdampak pada pendapatan dan volume pengunjung atau pembeli . Sementara promosi yang dilakukan hanya bersifat cetakan brosur dan pamflet , belum berbentuk multimedia seperti iklan Video. Masih banyak orang yang belum tahu apa saja produk dan jasa yang diberikan oleh Kedai Jersey Jogja.

Untuk mengatasi masalah tersebut demi menghasilkan konversi pengunjung serta pendapatan lebih besar, maka diperlukan suatu perancangan iklan Kedai Jersey Jogja Agar konsumen semakin berminat mencoba dan membeli dari Perusahaan Kedai Jersey Jogja

Maka dari itu peneliti tertarik untuk membuat iklan yang memiliki daya tarik terhadap minat konsumen , sehingga dibutuhkan sebuah media periklanan berupa video untuk mencapai hasil yang maksimal dalam memasarkan atau mempromosikan produk dan jasa kedai jersey jogja kepada konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti mencoba membahas dalam sebuah judul skripsi : **“PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PADA KEDAI JERSEY JOGJA”** .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ada diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana membuat iklan TV pada Kedai Jersey Jogja ?

1.3 Batasan Masalah

Multimedia memiliki cakupan yang sangat luas maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan supaya tidak jauh menyimpang dari permasalahan dan topik yang ada. Batasan-batasan ini adalah sebagai berikut :

1. Iklan video ini sebagai sarana informasi dan promosi Kedai Jersey Jogja kepada Masyarakat Yogyakarta
2. Iklan video ini akan ditayangkan di Televisi lokal Yogyakarta.

3. Iklan video ini menggunakan Konsep *Motion Graphic*, dan Animasi.
4. Durasi iklan video ini adalah 30 detik.
5. Menggunakan format file video .mp4 dengan kualitas HDTV 720p 25 fps dengan resolusi 1280x720 (16:9)
6. Iklan ini dibuat dengan, Adobe Photoshop CS6, Corel Draw X7, Microsoft Powerpoint 2013, Adobe Premiere Pro CS6.
7. Testing Stasiun TV yang dipakai adalah RBTv

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Membuat media promosi yang menarik berupa iklan video yang dapat membantu peran Pamflet , Brosur atau Website dalam mempromosikan Kedai Jersey Jogja

1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulis dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Merancang dan membuat media untuk penyampaian informasi dan promosi yang efektif mengenai Perusahaan Kedai Jersey Jogja.
2. Memperkenalkan kepada calon konsumen mengenai kemudahan membeli Produk di Kedai Jersey Jogja dalam bentuk Motion Graphic dan animasi.
3. Menghasilkan iklan video yang menarik yang dapat ditayangkan di televisi guna membantu mempromosikan Perusahaan Kedai Jersey Jogja.

1.5 Metode Penelitian

Metode-metode yang digunakan dalam melakukan penelitian pembuatan iklan ini adalah :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara : Melakukan wawancara kepada pimpinan , manager , karyawan Kedai Jersey untuk mendapatkan informasi perusahaan, dan melakukan wawancara kepada pihak televisi lokal Yogyakarta yaitu RBTv selaku media yang akan menayangkan video iklan ini guna menggali informasi mengenai detailnya, syaratnya, maupun standarnya yang ditetapkan oleh RBTv Jogja.
2. Metode Observasi : mengamati secara langsung serta mengumpulkan data , produk dan jasa di Kedai Jersey Jogja secara lengkap, tepat dan akurat.
3. Metode Studi Pustaka : untuk menunjang metode wawancara dan observasi. Pengumpulan informasi dilakukan dengan mencari referensi-referensi yang berkaitan dengan penelitian. Referensi dapat diperoleh dari buku-buku atau internet.

1.5.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan untuk menguraikan iklan televisi sehingga dapat diidentifikasi kebutuhan, kesempatan, permasalahan yang diharapkan dapat diusulkan perbaikan perbaikannya.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode yang merancang konsep untuk pembuatan iklan dan desain yang disiapkan sesuai dengan konten yang akan disampaikan.

1. Merancang Konsep Iklan

Merancang konsep merupakan langkah awal setelah metode pengumpulan data. Di dalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat. Kreativitas dibutuhkan Untuk dapat merancang konsep iklan.

2. Merancang isi iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan isi dari rancangan konsep atau implementasi dari strategi kreatif. Merancang isi meliputi mengevaluasi dan memiliki daya tarik pesan, memberikan pesan yang bisa menjadi daya tarik kepada calon konsumen. Untuk menyampaikan isi iklan ini biasanya diambil dari keunggulan perusahaan yang bisa dijadikan minat tujuan konsumen untuk memiliki atau menikmati jasa dan produk .

3. Merancang naskah iklan

Merancang naskah iklan berguna untuk menjabarkan urutan cerita, menampilkan urutan dialog dan urutan elemen-elemen secara rinci dari tampilan video iklan yang akan dibuat.

4. Merancang storyboard

Storyboard diperlukan sebelum memulai produksi film atau iklan.

Storyboard adalah serangkaian gambar sketsa yang menggambarkan urutan atau alur cerita setelah naskah iklan, animasi dan rancangan video yang dibuat selesai .

1.5.4 Metode Implementasi

Yaitu tahap untuk pengoreksian dan mengimplementasikan video iklan tv untuk ditayangkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Adapun uraian singkat mengenai isi tulisan ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat secara garis besar berbagai hal yang akan dibahas pada bab selanjutnya, meliputi: latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan maksud, metode penelitian dan sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini. Berisi mengenai definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan skripsi yang diambil dari berbagai sumber.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan menjelaskan secara umum mengenai gambaran objek penelitian. Serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan iklan tersebut.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan pembahasan dan proses pembuatan iklan dan dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diberikan untuk perbaikan sistem sehingga menjadi lebih baik dan bermanfaat. Yang didalamnya akan dibahas mengenai evaluasi hasil akhir dari penelitian dan penulisan skripsi. Kesimpulan berisi keseluruhan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya. Dan juga disertai beberapa saran yang mungkin berguna untuk pengembangan pembuatan iklan.

DAFTAR PUSTAKA

Disini diuraikan semua referensi dan pustaka yang dijadikan acuan dalam penulisan skripsi yaitu semua sumber yang dikutip dalam membantu penyelesaian skripsi.