

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

SBC adalah tempat makan yang menggugulkan menu kangkung sebagai menu andalan karena kangkung sebagai makanan lokal yang jarang dilirik dan bisa diterima di semua kalangan, bukan hanya kangkung di SBC juga terdapat menu pilihan yang lain. SBC sendiri menggunakan spanduk dan brosur untuk mempromosikan, cara ini dirasakan masih kurang efektif sehingga perlu dibuatkan suatu cara promosi dengan menggunakan Iklan Televisi, oleh karna itu dalam proses perencanaan Iklan Televisi harus dilakukan dengan konsep dan strategi yang matang untuk menghasilkan design yang menarik, komunikatif, menciptakan kesan modern dan eksklusif. sehingga dapat memiliki daya Tarik tersendiri. Melalui media televise, iklan akan mudah tersampaikan kepada konsumen. Karena televise memiliki kelebihan tersendiri saat periklanan berlangsung. Dengan audio dan tekstur gambar, televisi mudah untuk menyampaikan iklan produk baru pada konsumen.

Kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangat diperlukan, perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang periklanan, khususnya periklanan dalam media televisi. Dalam sebuah periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menginformasikan suatu produk, baik jasa maupun barang,

periklanan televisi menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan teks. Iklan dan promosi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem ekonomi dan sosial masyarakat modern, belakangan ini iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting bukan hanya bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan iklan dan metode promosi dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan kedua bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan. Berbagai bentuk usaha mengandalkan iklan dan promosi untuk membuat mereka memasarkan barang dan jasa.

Oleh karena itu penulis mengambil judul *“Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Warung Makan SBC Yogyakarta dengan teknik Liveshoot”*

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan yaitu “Merancang dan membuat video iklan SBC dengan menerapkan teknik LiveShoot?”

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, maka diperlukan batasan-batasan masalah, sebagai berikut:

1. Iklan SBC dibuat dengan durasi 30 detik.



2. Teknik yang digunakan untuk pembuatan iklan adalah teknik Liveshoot.
3. Perancangan dan pembuatan untuk iklan SBC akan ditayangkan di RBTV Yogyakarta

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai sarana publikasi dan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak SBC sebagai media iklan.
2. Mengimplementasikan teknik Liveshoot pada video iklan SBC.
3. Untuk member informasi tentang makanan dan suasana yang ada di SBC secara visual melalui video iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat iklan.
2. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana computer pada jurusan Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
3. Membantu mempublikasi serta memberi informasi menarik untuk konsumen berkunjung ke SBC.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut:

1.6.1 Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk melakukan sesi Tanya jawab agar mendapatkan informasi yang tepat dan akurat.

2. Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan cara berpedoman pada buku referensi dari berbagai sumber, seperti internet atau perpustakaan yang semuanya berhubungan dengan skripsi penulis dan mendukung permasalahan yang ada.

1.6.2 Analisis Data

Bedasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat)

1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini penulis menjabarkan secara rinci yang dilakukan bagaimana video iklan ini dibuat. Tahap ini biasanya menggunakan Storyboard untuk menggambarkan deskripsi tiap scene dengan mencantumkan semua objek dan tautan ke scene lain.

1.6.4 **Produksi**

File-file berupa gambar dan video yang sudah didapat kemudia dirangkai dan disusun sesuai konsep. Pada proses ini sangat dibutuhkan kemampuan dari ahli agar mendapatkan hasil yang baik.

1.6.5 **Evaluasi**

Metode evaluasi yang digunakan yaitu dengan melakukan uji coba standarisasi iklan objek SBC sesuai dengan keinginan.

1.7 **Sistemika Penulisan**

Agar penyajian ini terstruktur dan mudah di mengerti maka dibuat sistemka penulisan bedasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menunjukan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistemika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan, dan perangkat lunak yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bab ini berisikan tentang perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas apa saja yang diperlukan untuk membuat iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan diuraikan lebih rinci tentang implementasi dan perancangan dan hasil perancangan video iklan SBC .

BAB V PENUTUP

Bab ini penulis akan menerapkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.