

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan televisi merupakan sarana yang sangat efektif dalam membangun *brand Image* suatu perusahaan atau produk kedalam pemikiran konsumen, di bandingkan dengan media periklanan lain media periklanan televisi jauh lebih unggul karena sangat mudah untuk di akses, dan juga karena iklan televisi menggabungkan unsur audio dan video sehingga memudahkan konsumen dalam menerima dan menyerap informasi yang di berikan.

Cuppajo kopi merupakan salah satu di antara banyaknya cafe yang mengutamakan kopi sebagai menu utamanya. Memiliki ruangan yang luas dengan desain interior yang menarik, serta di lengkapi fasilitas pendukung yang membuat pengunjung semakin nyaman. Cuppajo kopi yang beralamat di Jl. Wahid Hasyim No.150, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, belum lama di bangun dan hanya memiliki brosur dan social media sebagai sarana informasinya. Dan oleh karena itu, cuppajo kopi membutuhkan sarana informasi lain yang lebih efektif dalam membantu mempromosikan cuppajo kopi agar dapat mendatangkan lebih banyak pengunjung demi keuntungan bisnisnya.

Dengan latar belakang masalah yang telah di paparkan di atas, penulis mengangkat sebuah peneliatian dengan judul “ *Perancangan dan Pembuatan*

Iklan Televisi pada Cuppajo Kopi dengan Teknik Live Shot dan Motion Graphic”
dan dengan adanya iklan televisi tersebut di harapkan dapat membantu mempromosikan cuppajo kopi ke konsumen yang lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan maka dapat di buat sebuah rumusan masalah yaitu: Bagaimana merancang dan membuat iklan televisi pada cuppajo kopi dengan Teknik Live Shot dan Motion Graphic?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memudahkan dalam pembuatan iklan maka perlu membuat sebuah batasan masalah. Dan batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Iklan berdurasi 45 detik.
2. Isi dari iklan hanya menampilkan informasi tentang cuppajo kopi yogyakarta.
3. Teknik yang di gunakan dalam pembuatan iklan adalah Live Shot dan Motio Graphic
4. Iklan di tayangkan pada stasiun televisi RBTv yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S1 Sistem Informasi dari STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Merancang dan Membuat iklan televisi pada Cuppajo kopi dengan teknik Live Shot dan Motion Graphic

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat untuk penulis.
 - a. Menambah pengalaman dan pengetahuan tentang cara pembuatan Iklan atau iklan televisi yang efektif.
 - b. Memperluas wawasan dari objek yang di teliti yaitu tentang kopi dan usaha atau bisnis seputar dunia kopi.
 - c. Melatih kemampuan dalam editing video.
2. Manfaat bagi Cuppajo kopi yogyakarta.
 - a. Memperoleh sarana informasi baru yaitu media promosi melalui iklan televisi.
 - b. Menambah wawasan tentang bagaimana membuat konsep untuk membuat iklan.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian di perlukan untuk membantu dalam menyelesaikan permasalahan. dan metode penelitian yang di pakai dalam penelitian ini adalah.

1. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Adalah dengan mengamati langsung aktifitas dari objek dan mengambil kesimpulan tentang hal yang perlu di pertimbangkan untuk di masukan dalam Iklan televisi yang di buat.

b. Metode wawancara

Melakukan tanya jawab dengan manajer dari Cuppajo kopi yogyakarta untuk memperoleh data yang membantu dalam pembuatan iklan televisi.

c. Metode Studi Pustaka

Adalah dengan mengumpulkan data dengan membaca buku-buku dan melihat artikel-artikel di internet juga dengan membaca majalah-majalah yang berhubungan dengan penelitian.

2. Metode Analisis

Metode analisis yang di gunakan adalah Analisis SWOT yaitu metode dengan mengevaluasi tentang kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman dari objek yang di teliti untuk membantu dalam pembuatan konsep yang akan di terapkan agar iklan yang di buat sesuai dengan objek yang di teliti.

3. Metode Perancangan

Dalam metode perancangan untuk membuat iklan televisi ini terdapat tiga tahapan, adalah sebagai berikut.

- a. Tahap Pra Produksi.
- b. Tahap Produksi.
- c. Tahap Pasca Produksi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori dasar atau definisi-definisi dari setiap teknik yang di gunakan dalam pembuatan iklan televisi sebagai media promosi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum dari objek atau perusahaan yang di teliti, dan proses praproduksi pembuatan iklan televisi sebagai media promosi ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini ber isi tentang tahap produksi dan pasca produksi dari perancangan dan pembuatan iklan televisi dengan teknik live Shot dan Motion Graphic

BAB V PENUTUP

Bab ini ber isi Kesimpulan dan saran dari penelitian yang di lakukan yang dapat di gunakan sebagai bahan tinjauan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi dan sumber-sumber yang di gunakan sabgai acuan dalam penelitian ini.