

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Sebuah Perusahaan paket wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu “VIEW JOGJA TOUR AND TRAVEL” adalah perusahaan ini sebagai provider yang menyediakan jasa dari industri-industri pariwisata seperti tiket penerbangan, hotel, dan juga tour. Industri travel agent bersaing ketat dalam memberikan penawaran dengan harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terbaik kepada konsumen. Perusahaan ini terdapat di tengah-tengah perkampungan sehingga tidak banyak tau adanya CV. View Jogja Tour And Travel tersebut.

CV. View Jogja Tour And Travel ini masih asing terdengar oleh masyarakat luas karena perusahaan ini saat ini penjualanya masih melalui sosial media saja berupa flayer. Perusahaan ini belum dikenal banyak orang sehingga tingkat kepercayaan konsumen ini kurang.

Melihat adanya permasalahan di atas penulis terdorong untuk melakukan tentang penelitian “Pembuatan dan Perancangan Iklan Televisi CV. View Jogja Tour And Travel Yogyakarta” untuk berupaya semaksimal mungkin membuat sebuah iklan televisi yang di harapkan lebih banyak konsumen serta lebih terkenal di kalangan masyarakat luas pada umumnya dan perusahaan ini dapat di percaya oleh masyarakat luas.

## 1.2. Rumusan Masalah

Seusai dengan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

“Bagaimana cara Pembuatan dan Perancang iklan televisi CV View Jogja Tour and Travel untuk memasarkan suatu jasanya ?”.

## 1.3. Batasan Masalah

Agar pembuatan video sebagai media promosi ini dapat sesuai dengan tujuan penelitian :

1. Iklan ini menggunakan format standar TV, yaitu PAL dengan format H.264.
2. Iklan dibuat menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic.
3. Iklan ditayangkan di RBTv.
4. Penelitian ini berakhir sampai iklan diserahkan kepada pihak objek

## 1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian yang dapat dicapai sebagai berikut :

1. Menerapkan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* dalam pembuatan iklan.
2. Mengiklankan atau Mempromosikan View Jogja Tour and Travel sebagai salah sata tour agency yang berada di Yogyakarta.
3. Mampu menginformasikan fasilitas yang ada di CV View Jogja Tour And Travel.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **1.5.1. Bagi Penulis**

2. Dapat menerapkan hasil studi yang didapat selama studi di Universitas Amikom Yogyakarta jurusan S1 Informatika dan dapat memahami apa yang telah diperoleh dari kuliah teori dan praktikum.
3. Dapat memahami proses pembuatan video terkonsep yang dimaksudkan untuk promosi sekaligus sebagai bagian profil suatu objek penelitian yang merupakan hasil dari perkuliahan mata kuliah konsentrasi.
4. Dapat menyampaikan informasi yang jelas dan bertujuan, dengan video berdurasi terbilang singkat.

### **1.5.2. Bagi Objek Penelitian**

2. Mendapat video iklan album yang bisa digunakan dalam berbagai kepentingan.
3. Terbantu dalam melakukan promosi dengan lebih menarik
4. Meningkatkan popularitas.

### **1.5.3. Bagi Akademik**

2. Sebagai referensi mahasiswa dalam penulisan karya ilmiah bidang multimedia.
3. Penelitian ini berguna untuk mengetahui seberapa besar mahasiswa memahami bagaimana mengimplementasikan hasil penelitian dalam dunia kerja.

## **1.6. Metode Penelitian**

### **1.6.1. Pengumpulan Data**

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi Metode observasi ini adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada obyek yang dituju, yaitu CV. View Jogja

Tour And Travel. Agar mendapatkan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

## 2. Metode Wawancara

Metode adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden. Wawancara merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap survey, karena itu penulis melakukan wawancara dengan owner View Jogja Tour And Travel.

### 1.6.2. Metode Analisis

Metode ini digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah iklan yang dibuat dan analisis kebutuhan iklan.

### 1.6.3. Metode Perancangan

#### 1. Merancang Konsep Iklan

Merancang konsep iklan adalah langkah paling awal setelah pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat. Serta dibutuhkan kreativitas yang baik agar mendapat hasil yang baik pula.

#### 2. Merancang Isi Iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan isi dari merancang konsep dari strategi kreatif. Biasanya hal yang disampaikan dalam iklan adalah sebuah keunggulan perusahaan itu sendiri, atau motto dari perusahaan sehingga konsumen tidak ragu untuk menggunakan jasa yang telah diiklankan.

#### 3. Merancang Naskah Iklan

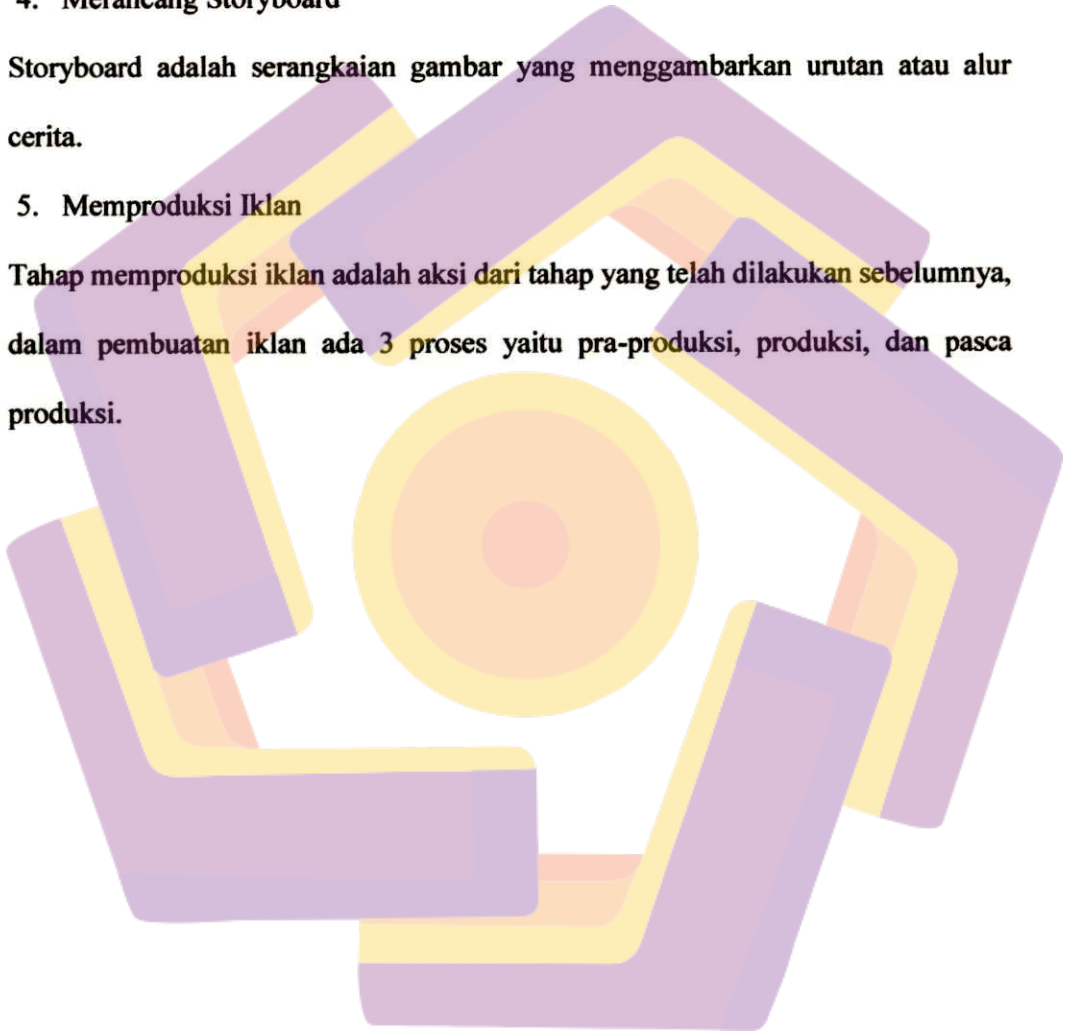
Dalam merancang naskah iklan ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar lebih menarik, memperhatikan kata-kata yang disampaikan untuk membidik pasar yang tepat sasaran.

#### 4. Merancang Storyboard

Storyboard adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

#### 5. Memproduksi Iklan

Tahap memproduksi iklan adalah aksi dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.



## **1.1 Sistem Penulisan**

Penyusunan penelitian agar lebih terarah pada masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dibuat dalam beberapa bab sebagai berikut

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitanya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pemuatan iklan televisi untuk media informasi, seperti konsep dasar software yang digunakan.

### **BAB III: ANALISI DAN PERANCANGAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan iklan televisi secara umum, serta kelebihan dan kekurangan.

### **BAB IV: IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan hasil penelitian yang sudah di capai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoprasian iklan dan implementasi dari iklan yang sudah di buat.

### **BAB V: PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan dari proses pembuatan iklan televisi dan saran untuk perbaikan iklan yang sudah dihasilkan untuk masa yang akan datang