

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi banyak mempengaruhi tatanan hidup atau sebuah aturan dan sistem tertentu. Teknologi informasi sekarang ini sudah semakin berkembang, kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu dalam bidang periklanan. Dalam hal ini lebih khususnya yaitu periklanan dalam media televisi bagi seluruh instansi yang bergerak dibidang kuliner yang lebih tepat, cepat, dan informatif sangatlah diperlukan.

Perkembangan teknologi tentunya sangat tepat jika pada sebuah periklanan menggunakan media yang lebih komunikatif untuk mempromosikan suatu produk baik jasa maupun barang. Periklanan televisilah yang lebih komunikatif, karena pada sebuah iklan televisi menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan text.

Bakmi Batas Kota merupakan warung bakmi jawa yang berada di Yogyakarta. Namun karena Warung Bakmi jawa "Batas Kota" yang lokasinya berada di pinggir kota Yogyakarta Tepatnya Jalan Laksda Adisucipto km2 , banyak orang yang tidak mengetahui lokasi bakmi batas kota tersebut. Sampai saat ini media yang dipakai untuk mempromosikan warung bakmi tersebut hanyalah melalui brosur-brosur yang dibagikan kepada masyarakat yang melintas di depan warung bakmi tersebut.

Dengan melihat adanya peluang, membuat penulis dan pihak Bakmi Batas Kota Bekerja sama untuk membuat sebuah iklan televisi sebagai media promosi. skripsi berjudul, “**PEMBUATAN IKLAN TELEVISI WARUNG MAKAN BATAS KOTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang dan tujuan diatas, dapat dimunculkan rumusan masalah sebagai berikut :

- Bagaimana merancang iklan Televisi Warung Makan Batas Kota Sebagai Media Promosi.

1.3 Batasan Masalah

- Video iklan ini akan berisi tentang Warung makan Bakmi Jawa Batas Kota
- Format dari iklan ini yaitu mp4 dengan mengikuti aturan dari tv lokal RBTv
- Iklan ini akan ditayangkan pada tv lokal RBTv
- Iklan warung makan batas kota hanya akan menggunakan teknik *Live Shoot*

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud yang ingin disampaikan dari penulisan skripsi ini antara lain :

- a. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

- b. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh selama studi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Merancang sebuah iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan warung makan Bakmi Batas Kota
- b. Memperkenalkan kepada masyarakat luar kota Yogyakarta agar tertarik untuk makan di warung makan Bakmi Batas Kota
- c. Memperlihatkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki Warung Makan Bakmi Batas Kota kepada masyarakat.

1.5 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode [endekatan yang dilakukan antara lain :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara (*Interview*)

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada manajer pemasaran dan kepala manajer Warung Bakmi Batas Kota yang berdasarkan pada tujuan penelitian.

- b. Pengamatan Langsung (*Observasi*)

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke warung Batas Kota untuk mengamati dan menentukan point-point yang dijadikan pembuatan iklan

c. Perpustakaan (*Library*)

Yaitu cara yang dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah dan lain-lainya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan televisi.

1.5.2 Metode Analisis

Dalam pembuatan iklan ini menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode perencanaan yang strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis.

1.5.3 Metode Perancangan

Pada metode perancangan, di lakukan tahap praproduksi, yang meliputi perancangan konsep, naskah dan storyboard.

1.5.4 Metode Pengembangan

Pada metode pengembangan dilakukan tahap produksi dan pasca produksi dimana proses produksi terdapat beberapa bagian yaitu *compositting*, *editing*, dan *finishing/render video*.

1.5.5 Metode Testing

Setelah pembuatan video selesai, maka dilakukan pengujian dengan kuesioner, yang mana kuesioner akan ditujukan kepada konsumen untuk menilai dari sisi multimedia dan kepada pihak warung makan BATAS KOTA untuk mengetahui apakah video telah sesuai dengan yang di harapkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, definisi multimedia, definisi iklan, serta tahapan pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan, ide cerita dari iklan, naskah, storyboard pada pengaplikasian dalam teknik *live shoot*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil dan proses pembuatan iklan Warung Makan Batas Kota pada saat pengambilan video, proses pemilihan video, proses editing, hasil dari kuisioner dalam menentukan iklan yang menarik atau tidaknya untuk dipromosikan. Dan proses pengambilan video dengan gambar sampai proses akhir.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang membangun dari penyusunan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku referensi – sumber referensi – sumber yang menjadi acuan dalam proses penyusunan skripsi tersebut.