

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan Alat Bantu Dengar “ Eartec “ Yogyakarta adalah perusahaan yang bergerak dibidang kesehatan pada gangguan telinga. Dalam pemasarannya perusahaan alat bantu dengar “ Eartec “ memiliki masalah dalam pembuatan dan perancangan iklan televisi untuk menyebarkan jasa tersebut, dan dengan media promosi sebelumnya hasil yang didapatkan kurang maksimal.

Solusi agar Eartec mempunyai iklan televisi adalah merancang dan membuat video iklan dengan teknik live shot dan motion graphic. Iklan yang ditayangkan melalui televisi merupakan bentuk media periklanan yang digunakan produsen untuk mengkomunikasikan informasi dengan menjangkau penonton dalam jumlah besar. Oleh karena itu iklan melalui media televisi dapat berpengaruh besar dalam perkembangan dan meningkatkan kemajuan suatu instansi atau perusahaan.

Berdasarkan pada latar belakang di atas, penulis melihat adanya peluang untuk membuat sebuah alternatif kepada Perusahaan Eartec berupa video iklan televisi live shot dan motion graphic. Maka penelitian ini berjudul “ PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI PT.EARTEC YOGYAKARTA”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis dapat mengambil rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana cara merancang dan membuat iklan televisi PT.Eartec Yogyakarta?”.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Iklan dibuat untuk PT.Eartec Yogyakarta sebagai media promosi yang akan ditayangkan pada televisi lokal Yogyakarta (RBTv).
2. Berdurasi 30 detik dengan standard penayangan PAL 25 *frame/sec*.
3. Video iklan menggunakan format video .mp4.
4. Video animasi dirancang menggunakan *Style Motion Graphic*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membantu masyarakat mengatasi masalah pendengaran pada telinga dengan alat bantu yang bernama Eartec.
2. Memperluas jangkauan produk melalui iklan sehingga alat bantu dengar yang bernama Eartec lebih dikenal oleh masyarakat.

Tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan Strata 1 (S1) pada jurusan Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membuat sebuah video iklan TV sebagai media promosi untuk PT. Eartec dalam memperluas jangkauan terhadap konsumen.



1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

a) Metode Observasi

Metode pengamatan yang melibatkan semua indera (Penglihatan, pendengaran, penciuman, pembau, perasa). Pencatatan hasil di lakukan dengan cermat dan teliti.

b) Metode Wawancara

Metode mengumpulkan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan objek penelitian, yaitu PT.Eartec.

c) Metode Kepustakaan

Metode yang di gunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep – konsep teoritis menggunakan buku dan internet sebagai bahan refrensi.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT, karena metode analisis SWOT tersebut merupakan metode yang tepat untuk menganalisa tujuan dalam perusahaan dan mengidentifkasi faktor internal dan eksternal yang menguntungkan dan merugikan dalam mencapai tujuan.

1.5.3 Metode Perancangan

Pada metode perancangan, dilakukan di tahap pra produksi yang meliputi tentang pembuatan konsep, naskah, dan storyboard

1.5.4 Metode Pengembangan

Pada metode pengembangan dilakukan melalui 3 tahapan yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Pra Produksi yaitu persiapan dalam pembuatan : *ide cerita, naskah, karakter atau object ilustrasi, storyboard*. Produksi yaitu merupakan kegiatan selama pembuatan audio dan video meliputi: *recording audio, dubbing, shooting*. Pasca produksi dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan diproduksi meliputi : *composite, editing, rendering* dan pemindahan video kedalam media lainnya.

1.5.5 Metode Testing

Setelah pembuatan video selesai, maka dilakukan pengujian dengan kuisisioner, yang mana kuisisioner tersebut akan dibagikan kepada pihak PT.Eartec untuk mengetahui apakah konten dan video tersebut telah sesuai dengan yang diinginkan oleh pihak objek penelitian.

1.5.6 Metode Implementasi

Pada metode implementasi, video iklan yang telah selesai akan tayang di salah satu tv lokal yogyakarta yaitu RBTv.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami lebih jelas tentang penulisan penelitian ini, maka penulis mengelompokan materi penulisan menjadi lima (V) bab, yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori dan konsep dasar yang melandasi permasalahan penelitian ini.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisikan tentang analisis yang di gunakan dan penjelasan tahap pra produksi.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang tahap produksi dan pasca produksi pembuatan video infografis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dapat di berikan oleh penulis dari hasil penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN