

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membuat iklan sebagai sarana dalam mempromosikan barang dan jasa menjadi sangat diperhitungkan. Hal ini ditunjukkan dengan semakin beragamnya tampilan iklan yang terdapat pada media, baik media elektronik maupun media cetak, yang dibentuk dengan tampilan yang sangat kreatif. Media cetak adalah media statis yang mengutamakan pesan-pesan visual yang dihasilkan dari proses, contoh: surat kabar, majalah, tabloid, brosur, pamphlet, poster. Sedangkan media elektronik adalah media yang proses bekerjanya berdasarkan pada prinsip elektronik dan elektromagnetis, contoh : televisi, radio dan internet.

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi memberikan tantangan dan kemudahan untuk menghasilkan iklan-iklan yang kreatif, dan persuasive. Dengan bahasa yang persuasive salah satu tujuan wacana iklan dapat tercapai, yaitu membujuk dan mengajak masyarakat untuk menstimulasi keinginan (membeli, memiliki, melakukan) dari masyarakat. Kebersuasifan tersebut sangat menonjol dalam iklan komersial bertujuan untuk mendapatkan keuntungan berupa materi. Dalam hal ini, pembuatan iklan tidak sedikit menggunakan unsure verbal dan nonverbal yang kurang sesuai dengan kaidah-kaidh linguistic.

Sesungguhnya, ada maksud-maksud tertentu dibalik semua itu yang ingin disampaikan oleh produsen dan pembuat iklan.

Banyak perusahaan atau perorangan menggunakan media televisi untuk melakukan promosi, karena media iklan televisi mempunyai kemampuan yang unik, tidak ada media lain yang dapat menjangkau konsumen secara serempak melalui indera pendengaran dan penglihatan.

Iklan televisi sebagai sarana komunikasi yang kini tidak asing lagi bagi masyarakat luas, merupakan sarana yang efektif untuk mempromosikan dan mengenalkan kepada masyarakat “Hotel Kartika”. Dengan media promosi ini diharapkan masyarakat maupun wisatawan mengetahui tempat penginapan yang nyaman, mencangkup tentang fasilitas, harga, kelebihan, lokasi serta obyek wisata terdekat. Hotel Kartika perbulan harus mencapai target Rp.75.000.000,00 perbulan sehingga perhari ditargetkan Rp. 2.500.000,00 yang membutuhkan penyewa kamar minimal 15 kamar hotel. Harga perkamar adalah Rp.200.000,00 Karena kurangnya iklan maka tamu belum mencapai target minimal 15 penyewa atau lebih biasanya hanya 10 penyewa hanya hari tertentu saja bisa melebihi target.

Menyingkapi permasalahan dan kelemahan sistem lama inilah yang menjadi obyek penelitian bagi penulis dengan judul **“PEMBUATAN IKLAN HOTEL KARTIKA SEMARANG SEBAGAI MEDIA PROMOSI BERBASIS MULTIMEDIA”**. Dengan sistem multimedia diharapkan masalah yang muncul dapat diatasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka penulis menentukan pokok permasalahan dalam tugas akhir ini adalah “Bagaimana membuat iklan Hotel Kartika sebagai media promosi sehingga dapat meningkatkan pengunjung”.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dimaksudkan untuk memberikan arah yang jelas bagi penulis untuk meneliti dan menentukan metode atau cara dalam penelitian yang dilakukan. Berdasarkan asumsi tersebut, maka penulis menentukan batasan masalah penelitian, yaitu.:

1. Pembuatan iklan ini ditunjukkan pada pihak “Hotel Kartika” khususnya sebagai media promosi.
2. Iklan yang akan dibuat, ditargetkan untuk ditayangkan di stasiun televisi lokal.

software-software yang digunakan adalah Adobe Premier Pro CS6 dan Adobe After Effects CS6.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan kelulusan bagi jenjang Diploma-3 AMIKOM

2. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan aplikasi nyata dengan harapan ilmu yang dipelajari bisa bermanfaat dan dapat diterapkan dalam dunia nyata.
3. Pembuatan Iklan “Hotel Kartika” Sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia.
4. Mempromosikan hotel.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari tugas akhir ini antara lain:

1.5.1 Bagi Penulis

1. Memperoleh gelar Ahli Madya (AMD) di bidang Manajemen Informatika.
2. Belajar menerapkan teori-teori yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan.
3. Untuk menambah pengetahuan serta wawasan untuk dapat mengetahui manajemen pemasaran.
4. Mengamalkan ilmu yang sudah penulis pelajari dan peroleh di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
5. Dapat membuat iklan untuk media televisi lokal dan nasional.

1.5.2 Bagi Instansi Yang Terkait

1. Sebagai media promosi “Hotel Kartika” kepada masyarakat luas agar mudah tersampaikan.
2. Menambah nilai jual bagi “Hotel Kartika”.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis mengembangkan beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian tugas akhir ini, yaitu sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan yang dilakukan di Hotel Kartika. Dari metode ini diperoleh data dan informasi kegiatan atau aktivitas yang dilakukan di Hotel Kartika.

2. Metode Wawancara

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan pihak – pihak yang dianggap mampu memberikan informasi yang lebih terinci terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

3. Metode Kepustakaan

Yaitu membaca dan mempelajari pustaka yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas. Antara lain dengan membaca buku Morissan M.A Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Richardd E. Mayer Multimedia Learning Prinsip-prinsip dan Aplikasi.

4. Dokumentasi

Pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi di bidang pengetahuan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang yang diteliti, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan laporan, dan jadwal kegiatan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan berbagai acuan dan bahan-bahan yang mendukung pokok pembahasan tugas akhir, meliputi pengertian iklan televisi, tujuan periklanan televisi, definisi multimedia, pentingnya multimedia, perkembangan multimedia, dan perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan dalam pembuatan iklan televisi.

BAB III TINJAUAN UMUM

Bab ini merupakan gambaran umum mengenai sistem yang ada sebelum informasi ini dibuat, pertumbuhan perusahaan, laporan keuangan, analisis masalah dan analisis kebutuhan sistem yang terdiri dari kebutuhan perangkat keras (*Hardware*), kebutuhan perangkat lunak (*Software*).

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini dijelaskan mengenai bagaimana pembuatan iklan “Hotel Kartika” berbasis multimedia.

BAB V PENUTUP

Bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Diuraikan mengenai keterangan dari buku-buku dan literature lain yang menjadi acuan dalam penyusunan tugas akhir ini.



1.7 Jadwal Kegiatan

Daftar perencanaan kegiatan pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Jadwal Rencana Kegiatan

No	Kegiatan	Maret 2014				April 2014				Mei 2014			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Identifikasi masalah												
2	Analisis kebutuhan system												
3	Membuat rancangan system												
4	Pengumpulan data												
5	Pengumpulan iklan												
6	Revisi												
7	Laporan TA												