

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan global dalam dunia usaha, keberadaan perancangan promosi berkonsep modernisasi menjadi media informasi yang sangat penting. Hal itu dikarenakan pengolahan dalam perancangan design yang terkonsep dapat memberikan manfaat yang besar untuk kinerja sebuah usaha. Perusahaan Roemi Ice Cream mengalami permasalahan dalam mempromosikan sajian yang ditawarkan. Masih banyak orang yang belum tahu apa saja menu-menu yang disajikan oleh Roemi Ice Cream, terutama orang yang didaerahnya masih belum ada cabang Roemi Ice Cream.

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia teknologi pun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Salah satu hasil teknologi yang saat ini sudah sangat berkembang luas adalah televisi. Adapun media televisi sebagai salah satu hasil teknologi, yang juga sebagai salah satu alat komunikasi, memiliki beberapa fungsi yaitu untuk menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempersuasi (*to persuade*).

Televisi sebagai salah satu media periklanan mempunyai keunggulan dibandingkan dengan media periklanan lainnya, karena televisi mampu menampilkan unsur kata-kata, musik dan efek suara, serta gambar sekaligus. Dan juga gambar yang ditampilkan oleh televisi bukanlah gambar mati, melainkan

gambar hidup yang dapat menimbulkan kesan mendalam dan daya tarik kepada para penonton.

Dengan adanya media iklan elektronik, Roemi Ice Cream akan menggunakan iklan media televisi untuk mempromosikan aneka makanan yang disajikan. Agar konsumen semakin berminat mencoba dan membeli sajian dari Roemi Ice Cream. Hal tersebut dikarenakan Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seorang pembeli potensial dan mempromosikan penjual suatu produk atau jasa, untuk mempengaruhi pendapat publik, memenangkan dukungan publik untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan keinginan si pemasang iklan.

Segala sesuatu yang dinamakan iklan, mengandung arti sebuah seni dari persuasi dan dapat didefinisikan sebagai desain komunikasi yang dibiayai untuk menginformasikan dan atau membujuk. Iklan juga berfungsi untuk memberikan informasi, membujuk, mengingatkan, dan menambah nilai. Iklan begitu akrab dengan kehidupan kita. Mulai dari ketika bangun tidur dan membuka mata, sampai kita kembali tidur, ada banyak sekali iklan yang dapat kita saksikan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penelitian dan latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana mewujudkan karya Perancangan Iklan Komersil Untuk Roemi Ice Cream Di Yogyakarta Pada Media Televisi Lokal supaya mempunyai nilai promosi yang mempengaruhi masyarakat?

### 1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup pemanfaatan teknologi multimedia sangat luas sesuai dengan fungsi penerapannya masing-masing dalam bidang yang berbeda. Untuk memfokuskan pembahasan, dalam hal ini dapat dibatasi ruang lingkungannya menjadi lebih sempit, yaitu bagaimana membuat media promosi berbasis iklan televisi, dan target penayangan pada televisi lokal, dengan menggunakan software adobe after effect cs, premier pro cs dan photoshop cs.

### 1.4 Tujuan

Adapun tujuan dari pembuatan tugas akhir ini adalah:

- 1) Untuk memenuhi syarat kelulusan program Diploma di Sekolah Tinggi Ilmu Menejem Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
- 2) Memperoleh wawasan secara nyata dari penelitian yang telah dilakukan dan penerapan dalam dunia kerja, kehidupan nyata, dan masyarakat.
- 3) Dapat menerapkan ilmu dan pengetahuan yang telah didapat selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Menejemen Informatika dan Komputer AMIKOM.
- 4) Untuk menambah nilai serta penunjang promosi Roemi Ice Cream.
- 5) Memberikan kontribusi atau manfaat positif dalam membantu aktivitas yang dilakukan perusahaan Roemi Ice Cream.

### 1.5 Manfaat

Manfaat dari karya Tugas Akhir dengan judul Perancangan Iklan Komersil Untuk Roemi Ice Cream Di Yogyakarta Pada Media Televisi Lokal adalah :

### 1) Bagi mahasiswa

- a. Untuk membantu mahasiswa dalam menjalankan tugas akhirnya mengetahui tingkat kemampuan atau keterampilan mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dalam menyelesaikan masalah sesuai dengan kompetensi agar dapat dinyatakan lulus.
- b. Menambah pengetahuan tentang pengoptimalan sebuah system informasi berbasis multimedia yang tidak hanya memberikan informasi tetapi juga bisa memberikan solusi untuk pihak yang membutuhkan.
- c. Mempertanggung jawabkan hasilnya secara akademik
- d. Mampu merancang strategi daya tarik iklan televisi
- e. Mampu membuat naskah, animasi dan storyboard iklan televisi
- f. Mengembangkan kreativitas dalam merancang iklan televisi.

### 2) Bagi masyarakat

Dengan adanya iklan Roemi Ice Cream ini diharapkan memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi dalam mencari produk (lokasi produk) yang menyediakan sajian dengan fasilitas untuk memuaskan kebutuhannya.

### 3) Bagi perusahaan

- a. Memasukkan produk ke dalam segmentasi pasar dan pembidangan pasar.
- b. Membantu memperkenalkan Roemi Ice Cream pada khalayak ramai.

- c. Meningkatkan daya tarik konsumen sehingga menaikkan citra perusahaan.

## 1.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, penelitian sekaligus berfungsi sebagai instrument utama yang terjun kelapangan serta berusaha sendiri mengumpulkan data yang benar, lengkap, dan akurat. Adapun metode-metode dalam pengumpulan data, antara lain adalah:

### A) Wawancara

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan, kepada pihak-pihak terkait untuk dimintai keterangan mengenai masalah yang akan diulas.

### B) Pengujian

Pada tahap ini membuktikan apakah iklan tersebut dapat berjalan dengan baik atau tidak, sesuai dengan harapan.

### C) Metode Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara survey kepada beberapa masyarakat dan terjun ke lokasi untuk pengambilan gambar sebagai bahan dokumentasi yang akan dipecahkan.

### D) Pembuatan Iklan

Proses pembuatan iklan berdasarkan pada rancangan iklan yang sudah dibuat.

#### E) Metode Pustaka

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengkajian beberapa sumber referensi tertulis, diantaranya adalah mempelajari buku-buku atau referensi yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi, serta informasi melalui sumber-sumber dari internet, majalah dan tulisan ilmiah.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk penulisan Laporan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang Latar Belakang masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan, Manfaat, Metode pengumpulan data dan Sistematika Penulisan.

#### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan kajian pustaka atau teori-teori yang relevan dengan objek penelitian yang akan digunakan sebagai dasar dan pedoman untuk membahas perkembangan teknologimultimedia seputar konsep dasar multimedia periklanan, tahap-tahap dalam pembuatan iklan, elemen-elemen multimedia, standar boardcast periklanan televisi, langkah-langkah dalam strategi perancangan iklan dan perangkat multimedia yang digunakan.

### **BAB III. TINJAUAN UMUM**

Bab ini menguraikan tentang profil, gambaran umum produk, susunan organisasi Roemi Ice Cream, visi-misi dan tujuan.

### **BAB. IV PEMBAHASAN**

Bab ini berisi susunan tentang rancangan iklan yang dibuat mulai dari naskah *storyboard* dan proses pembuatan iklan mulai dari tahap awal hingga final dengan software-software pilihan yang mendukung, kebutuhan sistem pendukung, dan proses pengambilan gambar.

### **BAB. V PENUTUP**

Bab penutup berisi tentang kesimpulan dari perumusan masalah yang disampaikan dan beberapa saran yang akan berguna dimasa yang akan datang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi mengenai sumber-sumber materi yang dijadikan acuan dan memberikan masukan dalam penulisan Tugas Akhir.