

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangannya ilmu pengetahuan dan teknologi komputer diikuti pula perkembangan berbagai bentuk bisnis. Dalam hal ini penulis membahas bentuk bisnis yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini yaitu bisnis dibidang warung internet atau warnet. Perkembangan bisnis warnet saat ini di kota Jogjakarta sangat pesat, begitu juga diikuti persaingan yang sangat ketat. Salah satu persaingan yang sangat ketat ini bisa dilihat munculnya warnet – warnet baru dan jarak antara bangunan warnet banyak yang berdekatan. Untuk menarik pengunjung, banyak warnet melakukan berbagai bentuk promosi seperti melakukan penyebaran brosur, membuat papan nama yang berukuran besar dengan desain menarik, meningkatkan bandwidth, renovasi ruangan dan lain-lain.

Warnet Global yang terletak di JL. Seturan No.1 Jogjakarta adalah warnet yang dijadikan obyek penelitian dalam skripsi ini. Untuk menarik dan mempertahankan pengunjung baru maupun lama pada awal tahun 2009 Warnet Global – Seturan telah melakukan perbaikan fasilitas dan infrastruktur. Iklan TV dipilih sebagai media promosi untuk memperkenalkan sesuatu yang baru dan kelebihan pada Warnet Global - Seturan karena iklan TV dapat menampilkan pesan multimedia yang dapat membantu mempertajam ingatan pada pikiran konsumen. Multimedia memiliki kelebihan menarik indera dan menarik minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara dan gerakan. Lembaga riset

dan penerbitan komputer, Computer Technology Research ( CTR ), menyatakan bahwa orang hanya mampu mengingat 20% dari yang dilihat dan 30% dari yang didengar. Tetapi orang dapat mengingat 50% dari yang dilihat dan 80% dari yang dilihat, didengar, dan dilakukan sekaligus<sup>1</sup>.

Tidak semua iklan tv menarik dan berhasil memberikan ingatan yang tajam pada konsumen. Dibutuhkan strategi kreatif dalam merancang pesan iklan tv. Untuk memproduksi iklan tv harus melalui 3 tahap, yaitu tahap pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi. Perancangan iklan tv mempunyai peran yang penting sebelum memproduksi iklan. Alur cerita yang akan menyampaikan informasi tentang suatu produk yang diiklankan dibuat dalam proses perancangan iklan. Maka dalam perancangan iklan perlu adanya strategi, yang nantinya iklan yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan sasaran yang dituju.

Oleh karena itu, dalam pembuatan skripsi ini penulis mengangkat sebuah judul "*Strategi Perancangan Iklan Tv pada Warnet Globall Jogjakarta*"

## **I.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang iklan tv pada warnet globall yang efektif sehingga dapat mencapai tujuan dari warnet globall

## **I.3 Batasan Masalah**

Mengingat begitu luasnya permasalahan yang terdapat dalam tema yang diangkat dan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian maka batasan

---

<sup>1</sup> M. Suyanto, 2003. Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing, Andi Offset, halaman 23

masalah yang dipelajari adalah perancangan iklan tv yang meliputi pemilihan strategi kreatif, penulisan naskah dan perancangan storyboard hingga pembuatan.

Untuk pembuatan iklan tv ini, penulis menggunakan beberapa software pendukung yaitu Adobe After Effect, Adobe Audition, Adobe Photoshop, Adobe Premiere, Particle Illusion.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penyusunan Skripsi ini adalah sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program Strata 1 STMIK "AMIKOM" YOGYAKARTA, dan untuk mengarah pada sasaran yang ingin dicapai dalam skripsi ini, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut;

1. Dapat Mengembangkan ide dan pola keilmuan dalam merancang iklan tv.
2. Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh selama kuliah di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.

#### **I.5 Manfaat Penelitian.**

1. Menambah pengetahuan tentang perancangan iklan televisi.
2. Sebagai referensi buat teman-teman/adik-adik kelas yang tertarik dalam perancangan iklan televisi.
3. Menambah perbendaharaan dan wawasan ilmu pengetahuan dalam teknologi informasi dan multimedia.



4. Sebagai alternatif baru dalam menggali kemampuan dan meningkatkan kreatifitas diri dalam bidang Entertainment dan juga di bidang Broadcasting.

## **I.6 Metode Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data guna memperlancar proses pembuatan tugas ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

### **1. Interview**

Yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung terhadap bagian yang terkait dengan penelitian, yang dapat memberikan gambaran tentang bagaimana cara merancang iklan tv.

### **2. Kepustakaan**

Yaitu metode yang dilakukan untuk mendapatkan data melalui telaah buku yang berhubungan dengan pembuatan Skripsi ini.

### **3. Dokumentasi**

Dengan cara mengambil gambar (video) atau data-data , yang berhubungan dengan penelitian skripsi untuk dijadikan sebuah obyek pada program skripsi ini.

## **I.7 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah penulisan tugas akhir ini, penulis menggunakan sistematika skripsi sebagai berikut :

**BAB I      PENDAHULUAN**

Menjelaskan latar belakang masalah perkembangan teknologi, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan laporan.

**BAB II      DASAR TEORI**

Pada bab ini akan diuraikan sejarah perkembangan periklanan televisi, konsep dasar iklan televisi, strategi perancangan iklan televisi, strategi perancangan grafis, urutan proses pembuatan iklan televisi, sumber daya manusia yang terlibat, peralatan dasar produksi iklan televisi dan software yang digunakan.

**BAB III      TINJAUAN UMUM DAN ANALISIS**

Pada bab ini menjelaskan sejarah Warnet Global, struktur organisasi Warnet Global, analisis pieces dan analisis biaya manfaat.

**BAB IV      PEMBAHASAN**

Bab ini berisi pembahasan strategi perancangan iklan tv yang digunakan, perancangan grafis, produksi dan pasca produksi.

**BAB V      PENUTUP**

Berisi kesimpulan dan saran.

**DAFTAR PUSTAKA**