

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin pesatnya perkembangan zaman tidak lepas dari peran teknologi informasi yang semakin pesat pula, terutama didunia multimedia. Banyak inovasi produk multimedia yang memanfaatkan teknologi serta teknik terbaru sebagai bentuk dari perkembangan teknologi informasi.

Iklan merupakan suatu contoh produk multimedia yang menampilkan informasi kepada pemirsa. Namun sebagian beberapa khalayak kurang tertarik untuk sekedar melihat ataupun memperhatikan informasi yang ada di iklan. Diperlukan inovasi agar iklan yang dibuat menarik, sehingga khalayak menjadi tertarik untuk memperhatikan informasi yang ada.

Wande Kopi adalah suatu warung kopi yang bertempat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada waktu sore hari pengunjung Wande Kopi sangat minim jika dibandingkan dengan pengunjung di waktu malam. Melihat hal tersebut, owner Wande Kopi memiliki konsep “Ngopi Sore” untuk mengajak masyarakat untuk minum kopi di sore hari. Karena minum kopi pada waktu sore hari dapat menyegarkan kembali pikiran setelah beraktifitas seharian.

Melihat hal diatas, peneliti akan membuat iklan televisi “Ayo Ngopi Sore” untuk Wande Kopi. Iklan tersebut nantinya berisi tentang

ajakan kepada masyarakat untuk datang ke Wande Kopi pada waktu sore hari. Iklan ini tentunya dibuat dengan tambahan efek visual agar menarik pemirsa.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut: Bagaimana cara membuat iklan televisi "Ayo Ngopi Sore" untuk Wande Kopi Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Dalam perancangan dan pembuatan iklan televisi "Ayo Ngopi Sore" ini tentunya memiliki batasan permasalahan, antara lain :

1. Video iklan yang dibuat berdurasi 30 detik.
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah live shoot.
3. Iklan yang dibuat hanya untuk iklan televisi.
4. Ukuran video iklan ini adalah PAL.
5. Video iklan hanya menampilkan ajakan untuk minum kopi.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Mengajak pemirsa untuk minum kopi di Wande Kopi pada waktu sore hari.

2. Mengedukasi pemirsa tentang meminum kopi pada sore hari dapat menyegarkan kembali pikiran setelah beraktifitas seharian.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu Wande Kopi untuk menyebarkan informasi konsep “Ngopi Sore”.
2. Menambah wawasan dalam pembuatan iklan televisi.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada pembuatan dan perancangan iklan televisi “Ayo Ngopi Sore” Wande Kopi Yogyakarta ini antara lain sebagai berikut:

1. Observasi

Metode Observasi ini dengan cara melakukan pengamatan langsung serta mencari masalah yang ada di Wande Kopi.

2. Wawancara

Metode wawancara ini dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemilik Wande Kopi.

3. Kepustakaan / Studi Pustaka

Mempelajari dari buku, catatan kuliah, artikel, internet maupun referensi lain yang berkaitan dengan pembuatan iklan televisi.

4. Kearsipan / Dokumentasi

Melakukan dokumentasi seluruh kegiatan dari perencanaan hingga hasil akhir dari proyek yang dibuat.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai pada perancangan dan pembuatan iklan televisi "Ayo Ngopi Sore: Wande Kopi Yogyakarta adalah analisis SWOT.

1.6.3 Metode Perancangan

Dalam metode perancangan ini peneliti menggunakan metode pra produksi antara lain sebagai berikut :

1. Perancangan ide

Menentukan ide / gagasan agar video iklan televisi yang dibuat yang menarik bagi pemirsa.

2. Perancangan tema

Menentukan tema video iklan televisi yang akan dibuat agar menyesuaikan dengan inti permasalahan.

3. Pembuatan *storyboard*

Membuat visualisasi antarmuka dalam bentuk gambar dari video iklan televisi yang akan dibuat.

1.6.4 Metode Pengembangan

1. Pra Produksi

Sebelum dilakukannya proses pembuatan video, peneliti melakukan perancangan ide, perancangan tema, serta pembuatan *storyboard* terlebih dahulu agar hasil yang didapat sesuai dengan harapan.

2. Produksi

Pada tahap ini peneliti melakukan proses produksi seperti perekaman video, editing, dan rendering sebagai implementasi dari pra produksi.

3. Pasca Produksi

Pada tahap ini adalah penerapan hasil dari video iklan televisi yang sudah dibuat.

1.6.5 Metode Testing

Metode ini merupakan pengujian dari hasil yang telah peneliti buat dengan memperlihatkan video iklan televisi ini kepada pemirsanya.

1.7 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dijelaskan tentang dasar-dasar teori dalam perancangan dan pembuatan video iklan televisi “Ayo Ngopi Sore” Wande Kopi Yogyakarta.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini dijelaskan tentang bagaimana analisa serta perancangan dari pembuatan video iklan televisi yang dibuat oleh peneliti.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan tentang bagaimana implementasi dari perancangan yang telah dibuat dan dijelaskan pula langkah-langkahnya secara terperinci.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang dibuat oleh peneliti.