

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan adalah badan usaha yang sangat membutuhkan media iklan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau masyarakat luas. Dalam dunia usaha pasti mengalami persaingan dengan badan usaha lain, untuk itu salah satu cara untuk meningkatkan persaingan adalah dengan menggunakan multimedia sebagai media untuk menyampaikan informasi. Multimedia merupakan gabungan dari banyak media seperti suara, gambar, text, video dan animasi, sehingga informasi mengenai perusahaan dapat tersampaikan dengan baik [1].

Makaroni Ngehe didirikan secara resmi pada 11 maret 2013 di Jakarta. Sebuah outlet cemilan khas Tasikmalaya yang menjual cemilan dengan bahan baku utama makaroni yang digoreng kering renyah ataupun basah pulen. Selain makaroni kering dan basah, Makaroni Ngehe juga memiliki menu makanan ringan lain yang tidak kalah enakya.

Televisi mempunyai kemampuan mempengaruhi bahkan membangun persepsi konsumen dengan kuat, sehingga konsumen lebih percaya pada perusahaan yang mengiklankan di televisi dari pada media lain (Mittal 1994) [2].

Berdasarkan hal tersebut maka, iklan ini dibuat untuk mempromosikan produk-produk Makaroni Ngehe dengan menambahkan animasi untuk

menyampaikan macam-macam menu menggunakan visual ilustrasi *motion graphic*.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah mengkaji dan melihat latar belakang yang dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : “Bagaimana Merancang dan Membuat Iklan Televisi Makaroni Ngehe Yogyakarta?”

1.3 Batasan Masalah

Pembuatan sebuah iklan layanan jasa melibatkan banyak elemen di dalamnya. Sehingga penulis menetapkan batasan-batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil akhir Iklan Televisi Makaroni Ngehe ini adalah format video *file* MP4 berdurasi 30 detik.
2. Pembuatan iklan menggunakan teknik *motion graphic*.
3. Testing produk Iklan ini akan ditayangkan melalui Televisi (RBTv).

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud penelitian

Adapun maksud dari penelitian adalah

1. Membantu mempromosikan produk Makaroni Ngehe Yogyakarta.
2. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam berkreatifitas khususnya dalam pembuatan vidio iklan.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program stars 1 jurusan Informasi pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Menerapkan ilmu yang telah didapat dan dipelajari.
3. Merancang dan membuat iklan televisi sesuai kebutuhan toko Makaroni Ngehe Yogyakarta untuk dijadikan media promosi yang lebih efektif lewat iklan televisi.

1.5 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian, yaitu :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Metode yang diperoleh dari pengamatan langsung ke toko Makaroni Ngehe Yogyakarta.

2. Metode Wawancara

Pengumpulan data dengan cara menanyakan berbagai pertanyaan menyangkut objek yang akan diteliti. Dalam hal ini, penulis mewawancarai staff marketing Makaroni Ngehe.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis *SWOT*. Karena metode analisis *SWOT* tersebut merupakan metode yang tepat untuk menganalisa tujuan dalam perusahaan dan mengidentifikasi faktor *internal* dan *eksternal* yang menguntungkan dan merugikan dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut.

1.5.3 Metode Perancangan

Dalam metode perancangan pembuatan video iklan ini melalui beberapa tahapan yaitu:

1. Tahap Praproduksi
2. Tahap Produksi
3. Tahap Pascaproduksi

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Adapun uraian singkat mengenai isi tulisan ini adalah sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan laporan skripsi.

2. **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini merupakan tinjauan pustaka, menguraikan tentang hal-hal yang berhubungan dan mendukung dalam hal pembuatan iklan animasi yang berkaitan dengan ilmu, tehnik, tahapan pembuatan iklan animasi serta perangkat lunak yang digunakan.

3. **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini akan membahas tentang analisa yang digunakan dalam perancangan dan pembuatan iklan.

4. **BAB IV IMPLEMENTAI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan menguraikan tentang proses dan tahapan pembuatan iklan animasi.

5. **BAB V PENUTUP**

Bab ini akan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan penelitian selama perancangan sampai pembuatan proyek selesai.

6. **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang sumber-sumber ataupun buku yang menjadi referensi dan acuan dalam pembuatan skripsi ini.