

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah periklanan televisi dimulai pada tahun 1947 berupa iklan *sponsorship*. Adanya iklan televisi memperbaiki keterbatasan penyiaran radio dan kebakuan karakter iklan cetak. Selain itu iklan televisi menjadikan jangkauan penyiaran lebih luas dan karakter menjadi hidup [1].

Didirikan tahun 2011 Chickenpedia menjadi salah satu pelopor kreasi makanan olahan berbahan ayam goreng di Yogyakarta. Disaat menjamur warung-warung makan menyediakan olahan ayam goreng yang hanya digeprek, Chickenpedia berinovasi dengan menu-menunya. Warung ini menyajikan berbagai variasi olahan ayam seperti ayam saus teriyaki, ayam saus lada hitam, ayam kuah opor, ayam sambal kecap, ayam spesial cahkangkung, ayam spesial cah jamur, hingga menu spesial ayam chickenpedia. Pembeli bisa menentukan sendiri level pedasnya. Ditambah lagi harga menu disini hanya kisaran Rp 8000-11.000 saja.

Chickenpedia membutuhkan sebuah media untuk menginformasikan atau mengilustrasikan tentang menu atau produk unggulan, harga menu-menu yang ditawarkan, kontak yang bisa dihubungi, sosial media, dan lokasi Chickenpedia Yogyakarta menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* untuk menganimasikan logo serta alamat dan kontak atau sosial media. Penggunaan

kedua teknik tersebut bertujuan untuk menggambarkan beberapa menu andalan dari Chickenpedia, harga menu-menu yang ditawarkan, kontak yang bisa dihubungi, sosial media, dan lokasi Chickenpedia Yogyakarta.

Dengan melihat permasalahan di atas peneliti bermaksud untuk membuat video iklan Chickenpedia Yogyakarta dengan tujuan agar Chickenpedia Yogyakarta dapat memberikan informasi secara mendetail dan menyeluruh kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat dapat mengenal Chickenpedia lebih dalam tentang menu atau produk unggulan mereka. Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti mengambil judul "Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Chickenpedia Yogyakarta".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan/diselesaikan pada penelitian/perancangan ini, yaitu "Bagaimana membuat dan merancang Iklan Chickenpedia Yogyakarta sebagai media periklanan?"

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan maka peneliti memberikan batasan masalah:

1. Penelitian dilakukan pada Chickenpedia Yogyakarta.

2. Pembuatan iklan ini menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam menganimasikan logo peserta alamat dan kontak atau sosial media.
3. Penelitian ini berakhir sampai iklan diberikan kepada pihak Chickenpedia dan ditayangkan di RBTB.
4. Konten yang akan dimasukkan di dalam video iklan ini adalah beberapa menu andalan dari Chickenpedia, harga menu-menu yang ditawarkan, kontak yang bisa dihubungi, sosial media, dan lokasi Chickenpedia Yogyakarta.
5. Iklan ini menggunakan format standar televisi Indonesia yaitu PAL dan durasi tidak lebih dari 30 detik.
6. Pengambilan gambar secara *live shoot* dilakukan di tempat yang peneliti tentukan.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Membuat dan merancang iklan Chickenpedia Yogyakarta sebagai media periklanan.
2. Menerapkan ilmu serta teori-teori yang selama ini didapat yang kemudian diaplikasikan dalam keadaan nyata.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentu harus memiliki sebuah manfaat, baik untuk peneliti maupun untuk pihak-pihak yang terkait dengan penelitian. Berikut beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian tersebut :

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dari hasil penelitian dan sebagai syarat kelulusan pendidikan Strata 1 pada Universitas Amikom Yogyakarta Jurusan Informatika.

2. Bagi Chickenpedia Yogyakarta

Dapat digunakan Sebagai media periklanan bagi Chickenpedia kepada masyarakat luas.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan tentang bagaimana langkah-langkah yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara kepada pihak yang berkepentingan di Chickenpedia dengan tujuan memperoleh informasi dan data yang jelas dan benar tentang Chickenpedia

2. Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti.

1.6.2 Metode Analisis

Metode ini digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti meliputi analisis terhadap masalah iklan yang dibuat dan analisis kebutuhan iklan.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode Perancangan adalah tahap-tahap bagaimana video iklan ini dibuat, dimulai dengan merancang konsep iklan. Tahap perancangan ini dibuat sesuai dengan kebutuhan dari Chickenpedia Yogyakarta.

1. Merancang Konsep Iklan

Merancang konsep iklan adalah langkah paling awal setelah pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat. Serta dibutuhkan kreativitas yang baik agar mendapat hasil yang baik pula.

2. Merancang Isi Iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan isi dari merancang konsep dari strategi kreatif. Biasanya hal yang disampaikan dalam iklan adalah sebuah keunggulan perusahaan itu sendiri, atau motto dari perusahaan sehingga konsumen tidak ragu untuk menggunakan jasa yang telah diiklankan.

3. Merancang Naskah Iklan

Dalam merancang naskah iklan ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan

agar lebih menarik, memperhatikan kata-kata yang disampaikan untuk membidik pasar yang tepat sasaran.

4. Merancang Storyboard

Storyboard adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

5. Memproduksi Iklan

Tahap memproduksi iklan adalah aksi dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada tiga proses yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.6.4 Metode Evaluasi

Pada metode evaluasi merupakan kegiatan untuk melihat sejauh mana video tersebut telah dibuat. Dari metode ini pula diperoleh informasi tingkat keberhasilan video tersebut apakah berhasil atau tidak.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pemahaman tugas akhir tersebut maka penyusunannya harus terstruktur dan mudah dipahami. Oleh karena itu peneliti membagi kedalam beberapa bab sesuai dengan pokok pembahasan masing-masing sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai masalah yang diangkat dalam penelitian seperti, latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi uraian mengenai teori-teori yang berhubungan dengan video atau multimedia. Teori tersebut bersangkutan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang bertujuan memberikan penjelasan lebih dalam dari judul yang diangkat.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi mengenai perancangan mengenai video iklan Chickenpedia Yogyakarta. Perancangan tersebut berisi konsep, desain, dan pengumpulan bahan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan mengenai produksi video iklan Chickenpedia Yogyakarta dari tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari video iklan Chickenpedia Yogyakarta yang telah dibuat.