

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi banyak mempengaruhi sebuah aturan dan sistem tertentu. Teknologi informasi sekarang ini sudah semakin berkembang, kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu dalam media televisi bagi sebuah instansi yang bergerak dibidang *fashion* maupun pakaian yang lebih tepat, cepat, dan formatif sangatlah diperlukan.

Perkembangan teknologi tentunya sangat tepat jika pada sebuah periklanan menggunakan media yang lebih komunikatif untuk mempromosikan suatu produk baik jasa maupun barang. Periklanan televisilah yang lebih komunikatif, karena pada sebuah iklan televisi menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan text.

Saat ini bisnis *Distribution Outlet* (distro) sedang menjamur. Distro adalah tempat menawarkan aneka macam barang antara lain kaos, pakaian, tas, sepatu, dan segala rupa pernik-pernik yang disukai remaja dan anak muda saat ini. Biasanya anak muda jaman sekarang selalu mengikuti tren yang sedang berlaku. Akan tetapi hanya sedikit distro yang berani menawarkan konsep unik dan tidak biasa yang disenangi anak muda.

PION adalah suatu nama brand/merk yang berdiri pada 2 Juni 2015 yang bergerak di bidang *fashion style*. Yang beralamat KarangWuni 08/04, Tanjungan,

Wedi, Klaten, Jawa Tengah. Saat ini PION berfokus pada pembuatan kemeja flanel, tetapi tidak menutup suatu kemungkinan melayani orderan lain seperti kaos, topi, celana, korsa/PDH. Pion merupakan semacam konveksi online, namun PION tersebut belum banyak diketahui oleh masyarakat, pembuatan iklan di televisi untuk mempromosikan PION ini merupakan salah satu cara untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang konveksi online.

Dengan adanya permasalahan yang telah diuraikan diatas maka peneliti membuat judul karya ilmiah yang akan membahas serta memberikan jalan keluarnya yaitu "**Pembuatan Dan Perancangan Iklan Televisi Pada PION Untuk Media Promosi**". Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi media informasi dan mempermudah dalam hal penyampaian, mengenalkan, ataupun mempromosikan PION sebagai brand terkenal di Klaten.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalahnya adalah sebagai berikut : "Apakah iklan televisi merupakan media yang cocok pada distro PION untuk media promosi?".

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis membatasi masalah yang akan dibahas yaitu :

1. Iklan ini hanya menampilkan informasi seputar Distro PION.
2. Pembuatan iklan menggunakan *software* Adobe Premiere Pro, Adobe After Effect, dan Adobe Soundbooth.

3. Pengambilan video iklan menggunakan *liveshot*.
4. Rendering video menggunakan standart broadcasting televisi Indonesia PAL 1920 x 1080 px (16:9) 25fps.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud penelitian ini adalah :

Merancang sebuah iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan PION.

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Memperkenalkan PION kepada masyarakat, agar masyarakat tertarik untuk menjadi konsumen.
2. Memperlihatkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki PION kepada masyarakat, mulai dari pelayanan dan berbagai produk.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah :

1. Memberikan masukan dan gambaran kepada PION tentang periklanan televisi.
2. Memperbanyak media PION untuk kegiatan periklanan.
3. Memberikan pemberitahuan kepada masyarakat tentang PION dan sebagai media promosi.

## 1.6 Metode Penelitian

Berikut adalah langkah langkah yang ditempuh dalam pengerjaan tugas akhir berikut :

### 1. Metode Wawancara

Merupakan metode yang paling efektif untuk mengumpulkan informasi dari seseorang yang berwenang dalam instansi/obyek tersebut secara langsung.

### 2. Studi Literatur

Pengerjaan tugas akhir ini dimulai dengan mengumpulkan bahan-bahan referensi seperti dari buku, paper, jurnal dan sumber-sumber lain yang memiliki materi serupa agar bisa dijadikan referensi dan untuk menunjang pencapaian tujuan tugas akhir.

### 3. Analisis

Pada pembuatan iklan ini peneliti menganalisa tujuan pembuatan iklan, sasaran yang dituju setelah iklan selesai dibuat dan teknik yang dipakai dalam pembuatan iklan PION.

### 4. Perancangan

Setelah peneliti menganalisa iklan, maka peneliti merancang iklan melalui tahap produksi sebagai berikut :

#### Pra Produksi

Membuat *storyline*, *storyboard*, persiapan peralatan yang dibutuhkan, menyiapkan tim untuk membantu kelancaran *shooting*.

### **Produksi**

Tahap produksi adalah tahap implementasi dari tahap pra produksi. Tahap produksi meliputi pengambilan gambar atau *shooting*, dan merekam suara.

### **Pasca Produksi**

Tahap pasca produksi adalah tahap penyelesaian produksi multimedia menjadi hasil akhir. Tahap ini meliputi editing, pemberian efek, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video.

## **5. Testng dan Evaluasi**

Testing dilakukan dengan mengamati kembali hasil video iklan yang telah selesai dirender. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah video iklan sudah sesuai dengan *storyboard* atau belum. Jika dalam pengamatan masih ditemukan hal-hal yang belum sesuai dengan proses pra produksi, maka akan diedit dan dirender kembali sampai hasil sudah terpenuhi.

## **6. Implementasi**

Dalam tahap implementasi, peneliti mengamati kembali apakah ada kesalahan proses editing ataupun tidak. Apabila semua sudah sesuai maka peneliti menyerahkan video hasil rendering untuk dipublikasikan di stasiun televisi.

## **7. Penyusunan Laporan dan Kesimpulan Akhir**

Terakhir dalam tahap ini dilakukan pendokumentasian hasil analisis dan implementasi secara tertulis dalam bentuk laporan skripsi.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika Penulisan dari skripsi ini terdiri dari beberapa bagian utama sebagai berikut :

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang pemilihan judul skripsi "Pembuatan Dan Perancangan Iklan Televisi PION Untuk Media Promosi", rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas sistem secara umum yang meliputi konsep dasar multimedia, konsep dasar iklan, dan tahap dalam memproduksi iklan yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini.

### **BAB III: ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Berisikan langkah-langkah penelitian yang dilakukan, serta pembahasan proses pra produksi Pembuatan Dan Perancangan Iklan Televisi Pada PION Untuk Media Promosi, dan analisis terhadap fokus permasalahan penelitian.

### **BAB IV: IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Berisikan Informasi implementasi yang meliputi tahapan produksi dan pasca produksi pembuatan iklan serta testing dan evaluasi.

### **BAB V: PENUTUP**

Bab terakhir ini akan memuat kesimpulan dari keseluruhan uraian bab-bab sebelumnya dan saran-saran dari hasil yang diperoleh diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Pada bagian ini dicantumkan beberapa literatur yang dijadikan referensi dan pengambilan gambar dalam penyusunan skripsi.

