

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan vidio dalam iklan televisi tujuannya adalah memperkenalkan suatu produk tersendiri karena vidio memberikan informasi dengan cara yang berbeda, yang dikemas secara menarik, ringkas, dan kreatif, hal ini tentu menjadi parameter sebuah perusahaan untuk menggunakan vidio dalam memasarkan produknya. Iklan vidio menjadi salah satu karya yang bisa digunakan untuk menyampaikan informasi yang mudah diterima oleh penonton.

Pada Warkop Kedan memasarkannya masih menggunakan iklan pada sosial media sehingga kurang efektif dan di kenal oleh masyarakat luas. Mahasiswa yang berasal dari Sumatera Utara berjumlah ada sekitar 2000 yang terdata di IMSU (Ikatan Mahasiswa Sumatera Utara), dan untuk saat ini ada sekitar kurang lebih 20% saja mahasiswa yang berasal dari Sumatera Utara datang berkunjung ke Warkop Kedan, pemasukan sebelumnya usaha warkop kedan untuk perharinya rata-rata adalah Rp 700.000,00 maka penulis berfikir untuk membuat iklan televisi ini supaya dikenal masyarakat luas dan bisa dinikmati oleh pengguna lainnya untuk peningkatan pemasukan warkop kedan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis membuat iklan televisi yang menarik dan mudah dipahami menggunakan teknik live shot dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Vidio Iklan pada Warkop Kedan Sebagai Media Promosi”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan / diselesaikan pada penelitian / perancangan yaitu “bagaimana membuat dan merancang iklan televisi Warkop Kedan menggunakan Teknik live shot untuk memasarkan suatu usaha ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan iklan perlu adanya batasan masalah untuk memberikan tujuan dan pembahasan yang jelas. Adapun batasan masalah pada pembuatan dan perancangan vidio sebagai iklan Tv adalah sebagai berikut:

- 2 Pembuatan iklan menggunakan teknik live shot.
- 3 Editor pada vidio menggunakan affter effect CS6.
- 4 Vidio iklan yang dibuat menggunakan CS6.
- 5 Iklan ini menggunakan format standar iklan HDTV 1080 (High Defination Television) ukuran yang digunakan adalah 1920 x 1080 px dengan format hasil rendering mp4.
- 6 Prangkat lunak yang digunakan adalah Affter effect, Adobe Premiere Pro, Adobe Audition.
- 7 Iklan ditayangkan di RBTv.

1.4 Maksud dan Tujuan

Dalam pembuatan laporan skripsi ini, tujuannya adalah :

1. Agar jangkauan pemasaran Warkop Kedan bisa lebih luas lagi dengan adanya iklan ini.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
 - a. Melatih penulis untuk membuat suatu karya nyata yang berguna dan bermanfaat untuk orang banyak.
 - b. Menambah pengalaman dan pengetahuan dalam dunia periklanan dan multimedia.
 - c. Menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bagi pengusaha Warkop Kedan
 - a. Sebagai media promosi Warkop Kedan
 - b. Memperkenalkan Warkop Kedan sebagai usaha kuliner yang diminati masyarakat
 - c. Meningkatkan omset atau penjualan Warkop Kedan sebagai pengusaha yang kompeten dan dapat dipercaya.
3. Bagi masyarakat umum
 - a. Memberikan informasi tentang keberadaan Warkop Kedan
 - b. Menarik konsumen untuk makan di Warkop Kedan

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian Teori Dasar (Grounded Theory). Metode penelitian dasar adalah merupakan pendekatan yang memungkinkan peneliti untuk mengembangkan atau menemukan teori yang didasarkan pada studi fenomena. Dengan menggunakan grounded theory, peneliti sengaja (a) memilih peserta yang mengalami fenomena yang sedang dipelajari, (b) menganalisis data (yaitu, wawancara, dokumen, dan catatan), dan (c) mendekati fenomena yang diteliti tanpa prasangka pengertian.

4.1.1.1 Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data ini adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada obyek yang di tuju, yaitu Warkop Kedan. Agar mendapatkan gambaran dan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

A. Wawancara

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada Narasumber. Wawancara merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap survey, oleh karena itu penulis melakukan wawancara dengan owner dari pengusaha Warkop Kedan.

4.1.1.2 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.

4.1.1.3 Perancangan

1. Merancang Konsep Iklan

Merancang konsep iklan adalah langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, dibutuhkan kreativitas dan imajinasi yang baik agar mendapatkan hasil yang baik pula.

2. Merancang Isi Iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan isi dari merancang konsep atau implementasi dari strategi kreatif. Merancang isi meliputi mengevaluasi dan memiliki daya tarik pesan, dengan kata lain memberikan informasi yang menarik agar konsumen tertarik. Biasanya yang di sampaikan adalah sebuah keunggulan perusahaan itu sendiri, atau motto dari perusahaan sehingga konsumen tidak ragu untuk membeli atau menggunakan jasa yang telah di iklankan.

2 Merancang Naskah Iklan

Dalam merancang naskah iklan, menentukan dialog dan urutan-urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata-kata yang akan disampaikan untuk membidik pasar yang tepat sasaran.

3 Merancang Storyboard

Storyboard merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan iklan. Storyboard adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

4 Memproduksi Iklan

Tahap ini adalah aksi dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses yang harus diperhatikan, yaitu pra-produksi, produksi, dan yang terakhir pasca produksi.

4.1.1.4 Integrasi dan Testing

Pada tahap ini program telah selesai dibuat, sehingga dilakukanlah pengujian secara keseluruhan untuk mengetahui apakah program berjalan dengan benar. Pada tahap ini juga dicari apakah masih ada kekurangan pada video dan jika memang ada maka akan dilakukan perbaikan.

4.1.1.5 Membuat Analisis

Langkah terakhir yang dilakukan adalah menganalisis video iklan. Melakukan evaluasi dengan ahli vidiografi

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam laporan pembuatan skripsi disusun dengan sistematika penulisan laporan penelitian, yang dibagi tiap susunan bab dan keterangan penjelasan dalam tiap bab yang ditulis. Berikut adalah penyusunan bab dan keterangan singkatnya :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang pengetahuan dasar dari teknologi apa saja yang digunakan dalam pembuatan iklan video, salah satunya konsep dasar dan teknik untuk menunjang pembuatan iklan.

BAB III ANALISI DAN RANCANGAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan video secara umum dan menjelaskan kelebihan serta kekurangan iklan tersebut menggunakan metode analisis SWOT.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hal-hal apa saja yang telah dicapai peneliti dalam pembuatan iklan televisi. Diantaranya

adalah langkah-langkah pembuatan iklan video editing, rendering, dan yang terakhir yaitu penayangan di stasiun televisi maupun social media.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan hal-hal yang berisi kesimpulan dari proses pembuatan skripsi dan berisi sarana untuk perbaikan iklan dimasa depan dan kuisisioner untuk pemirsa guna menilai sudah layakkah iklan yang ditayangkan di televisi.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi refrensi-refrensi yang digunakan dalam pembuatan iklan televisi.

