

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi merupakan pertumbuhan bagi masyarakat, dengan perkembangan teknologi dapat mempermudah personal dalam penyampaian pesan. Salah satunya perkembangan teknologi yang cukup pesat yakni di bidang iklan televisi. Iklan pada televisi juga tak kalah menarik perhatian dengan iklan yang ada di media sosial saat ini. Dikarenakan kelebihan dari suatu iklan televisi yang tidak dapat diskip maupun diblock oleh penontonnya itu sendiri. Dengan adanya iklan televisi dapat menambah informasi terhadap masyarakat umum sekalipun yang belum mengenal adanya media sosial dan internet. Sehingga informasi yang disajikan dapat dilihat masyarakat dengan jelas dan mempunyai daya tarik tersendiri.

Rumah Sakit Umum Daerah RAA Soewondo Pati merupakan rumah sakit milik pemerintah yang terletak di Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Dalam upaya memenuhi tuntutan masyarakat tentang pelayanan kesehatan yang berkualitas RSUD RAA Soewondo Pati terus berupaya memperbaiki mutu pemberian pelayanan. Dan rumah sakit tersebut adalah rumah sakit rujukan utama se-Karisidenan dengan pelayanan paripurna yang menjadi kebanggaan masyarakat. Menurut informasi yang diberikan dari pihak humas, masyarakat sekitar masih

beranggapan bahwa rumah sakit lain dan swasta disekitar lebih unggul dalam bidang medis dan pelayanannya. Sedangkan RSUD RAA Soewondo Pati mempunyai fasilitas yang memadai serta memiliki sumberdaya manusia yang profesional dan pelayanan kesehatan prima dengan biaya yang terjangkau oleh masyarakat serta memberikan kepuasan bagi pengguna jasa rumah sakit. Dan juga selalu berperan aktif dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Oleh karena itu dari pihak humas ingin memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang fasilitas dan kenyamanan pelayanan yang diberikan rumah sakit tersebut dalam bentuk iklan. Oleh sebab itu, di dalam penelitian ini diperlukan adanya iklan televisi agar masyarakat sekitar tahu tentang fasilitas dan pelayanan yang diberikan rumah sakit tersebut jauh lebih baik. Karena media informasi yang digunakan seperti iklan televisi lebih efektif dibandingkan iklan pada media sosial.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dibuat iklan untuk RSUD RAA Soewondo Pati, sekaligus dilakukan penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul "Pembuatan Iklan Televisi Pada RSUD RAA Soewondo Pati, Jawa Tengah".

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat iklan televisi pada RSUD RAA Soewondo Pati?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menggunakan tehnik *liveshot* dan tehnik *timelapse* menjadi sebuah iklan.
2. Pada konten informasi ini memperlihatkan ruang dan alat medis pada rumah sakit tersebut.
3. Iklan ini dibuat untuk ditayangkan di televisi lokal.
4. Adapun software yang digunakan adalah Adobe After Effects.
5. Hasil dari video tersebut berformat MP4 dan berdurasi 30 detik.
6. Testing dan penayangan di televisi lokal.
7. Penelitian ini berakhir hingga hasil diserahkan pada RSUD RAA Soewondo Pati.

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan program Strata I Jurusan Sistem Informasi pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

2. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang fasilitas dan kenyamanan pelayanan yang ada di RSUD RAA Soewondo Pati.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode penelitian yang digunakan didalam laporan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan cara dengan melakukan tanya jawab terhadap pihak humas dan Kepala Bagian Program dan SIM "RSUD RAA Soewondo Pati".

2. Metode Observasi

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada RSUD RAA Soewondo Pati.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis SWOT. Karena metode analisis SWOT dapat mengevaluasi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, *Threat* yang terdapat di dalam penelitian tersebut.

1.5.3 Metode Pengembangan

Dalam metode pengembangan pembuatan iklan ini melalui beberapa tahapan yaitu :

1. Tahap PraProduksi
2. Tahap Produksi
3. Tahap Pasca Produksi

1.5.4 Metode Testing

Metode testing yang akan dilakukan dengan mengecek apakah hasil video sesuai dengan rancangan storyboard dan format video sudah sesuai standar iklan televisi lokal.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tinjauan pustaka dan dasar – dasar teori yang digunakan.

3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang objek penelitian profil, visi dan misi RSUD RAA Soewondo Pati dan memaparkan metode analisis yang digunakan dan penjelasan tentang perancangan dan pembuatan iklan.

4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang implementasi (pembuatan) video iklan. Yaitu meliputi tahap produksi, tahap pascaproduksi dan pengujian (testing) iklan.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan dari seluruh kegiatan dan beberapa saran tentang penelitian yang telah dilakukan.

6. DAFTAR PUSTAKA

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