

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

ITSRAIN.CO Yogyakarta merupakan perusahaan atau lebih sering disebut juga distro yang bergerak dibidang produksi kaos, kemeja, celana panjang/pendek, jaket. ITSRAIN.CO Yogyakarta sampai saat ini masih menggunakan media promosi media sosial seperti *Instagram dan facebook*, dan sering juga mengikuti pameran distro di luar atau dalam kota. ITSRAIN.CO Yogyakarta mengalami permasalahan dalam mempromosikan berbagai macam jenis pakaian ketika keluar produk yang baru dan ketika ada diskon di setiap event tahunan seperti pada saat event ulang tahun ITSRAIN.CO Yogyakarta. Terbatasnya media promosi berakibat pada penyampaian informasi mengenai ITSRAIN.CO Yogyakarta kurang maksimal. Hal tersebut sering terjadi ketika ITSRAIN.CO Yogyakarta mengadakan event atau mengeluarkan produk-produk baru, masyarakat tidak mengetahui informasi dengan cepat.

Lemahnya media promosi ITSRAIN.CO Yogyakarta memerlukan sebuah media promosi yang efektif. Media promosi untuk menyampaikan produk ITSRAIN.CO Yogyakarta dapat menggunakan media iklan televisi. Multimedia dapat digunakan untuk iklan televisi. Kelebihan multimedia khususnya iklan pada televisi adalah dapat memperbesar presentase dan mempercepat informasi, karena merupakan gabungan dari pandangan, suara, dan gerakan. Maka multimedia sangatlah efektif dan dapat menjadi alat yang ampuh untuk promosi kepada klien

atau masyarakat luas serta untuk meraih keunggulan bersaing perusahaan dan jasa atau industri dibidang promosi.

Berdasarkan latar belakang diatas, mendorong penulis untuk membuat video iklan televisi agar dapat membantu distro ITSRAIN.CO Yogyakarta untuk memnyampaikan informasi secara menarik dan meningkatkan peminat produk ITSRAIN.CO Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah “Bagaimana merancang dan membuat Iklan Televisi Pada ITSRAIN.CO Yogyakarta?”

1.3 Batasan Masalah

Maka perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat dicari pemecahan masalah yang optimal . Adapun batasan masalah tersebut diantaranya :

1. Iklan ITSRAIN.CO Yogyakarta menggunakan teknik *live shoot* dengan diberikan beberapa efek.
2. Iklan ini direkam dengan menggunakan kamera Sony A6000.
3. Iklan ini berdurasi 45 detik.
4. Menggunakan format *file* AVI dengan resolusi 720x576.
5. Iklan ini nantinya akan ditayangkan di stasiun televisi lokal RBTV.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini:

- a. Memperkenalkan ITSRAIN.CO Yogyakarta kepada masyarakat, agar masyarakat tertarik untuk berkunjung.
- b. Memperlihatkan produk yang dijual ITSRAIN.CO Yogyakarta.
- c. Menginformasikan kepada masyarakat ketika ada diskon di ITSRAIN.CO Yogyakarta.
- d. Menambah media promosi ITSRAIN.CO Yogyakarta untuk kegiatan periklanan.
- e. Merancang dan membuat iklan televisi ITSRAIN.CO Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan digunakan antara lain:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Metode Wawancara (*Interview*)

Peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan pemimpin dan karyawan ITSRAIN.CO Yogyakarta.

- b. Metode Pengamatan Langsung (*Observasi*)

Penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu beberapa produk yang akan dijual untuk kebutuhan pengambilan gambar.

c. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku sebagai bahan referensi.

1.5.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT dalam penelitian ini. Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats*.

1.5.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan menggunakan tahapan pertama dalam pembuatan video iklan yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video iklan televisi meliputi penentuan ide cerita, pengumpulan data hingga pembuatan *storyboard* dan naskah sesuai dengan kebutuhan ITSRAIN.CO Yogyakarta.

1.5.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahap produksi yang meliputi pengambilan gambar hingga visualisasi data. Setelah itu tahap pasca produksi yang meliputi *compositing* dan *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap *finishing* berupa *rendering* dan *distributing*.

1.5.5 Metode Implementasi

Menyerahkan sebuah iklan televisi untuk ditayangkan. Tahap ini meliputi pengoreksian dan penayangan iklan.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka berupa referensi-referensi yang pernah ada dengan tema sama, kemudian menguraikan teori-teori yang mendukung judul dan mendasari pembahasan secara detail.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan iklan televisi secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoprasian iklan dan implementasi iklan yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan jawaban yang menjadi pokok pembahsan dari rumusan masalah, dan saran yang diberikan merupakan harapan untuk pengembangan seta perbaikan iklan yang dihasilkan untuk masa depan yang akan datang.

