

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang, periklanan telah menjadi bagian penting dari strategi pemasaran suatu produk, atau dengan kata lain digunakan untuk memenuhi tugas pemasaran. Tanpa beriklan dan berpromosi suatu merek akan tertinggal jauh dalam persaingan pasar regional maupun internasional. Sehingga periklanan sangatlah penting peranannya dalam memperkenalkan suatu merek atau produk kepada khalayak sasaran dan untuk menguatkan posisi merek atau produk tersebut dalam pasar di era global ini.

Iklan merupakan teknologi informasi dan komunikasi yang memberikan tantangan dan kemudahan untuk menghasilkan iklan-iklan yang kreatif. Salah satu tujuan wacana iklan dapat tercapai, yaitu membujuk dan mengajak masyarakat untuk menstimulasi keinginan (membeli, memiliki, melakukan) dari masyarakat. Kepersuasifan tersebut sangat menonjol dalam iklan komersial bertujuan untuk mendapatkan keuntungan berupa materi. Dalam hal ini, pembuatan iklan tidak sedikit menggunakan unsur verbal dan nonverbal yang kurang sesuai dengan kaidah-kaidah linguistik.

Televisi merupakan media yang banyak disukai para pemilik produk untuk mempromosikan produknya. Televisi menggunakan warna, gerakan, musik dan suara. Adanya iklan televisi memperbaiki keterbatasan penyiaran radio dan kebekuan iklan teks. Target pemasaran juga dapat diseleksi menurut jenis

program dan waktu tayang. Selain itu jangkauan yang luas, membuat televisi menjadi media promosi yang bisa diandalkan.

Banyak perusahaan atau perorangan menggunakan media televisi untuk melakukan promosi, karena media iklan televisi mempunyai kemampuan yang unik, tidak ada media lain yang dapat menjangkau konsumen secara serempak melalui indera pendengaran dan penglihatan.

Iklan televisi sebagai sarana komunikasi yang kini tidak asing lagi bagi masyarakat luas, merupakan sarana yang efektif untuk mempromosikan dan mengenalkan kepada masyarakat "Griya Spa Putri Kedaton". Dengan media promosi ini diharapkan masyarakat mengetahui tempat spa dan kecantikan yang memanjakan diri ala putri kedaton yang tersaji dengan berbagai jenis perawatan tubuh yang menyehatkan, mempercantik, dan harga yang kompetitif menjadi tempat tujuan spa dan semua wanita yang mempunyai keinginan untuk perawatan tubuh.

Griya Spa Putri Kedaton merupakan salah satu tempat spa yang terdapat di Yogyakarta yang pengunjungnya khusus wanita, dengan harga yang sesuai dengan jenis perawatan yang diberikan.

Dari masalah yang telah dipaparkan di atas untuk memudahkan promosi, Griya Spa Putri Kedaton perlu membuat sebuah iklan sehingga lebih mudah disampaikan kepada masyarakat luas. Dan untuk itu penulis menulis skripsi yaitu "Perancangan Iklan TV Pada Griya Spa Putri Kedaton Yogyakarta".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, pokok permasalahan yang terjadi adalah Bagaimana merancang dan membuat iklan TV pada Griya Spa Putri Kedaton Yogyakarta.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis hanya membahas pada teknik dan dampak dari pembuatan iklan tersebut.
2. Objek penerapan dan implementasi perancangan iklan adalah Griya Spa Putri Kedaton Yogyakarta.
3. Video iklan Griya Spa Putri Kedaton tayang pada RBTV Yogyakarta.
4. Pembuatan ide dan konsep untuk iklan yang akan dibuat dengan durasi iklan 30 detik.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah perancangan iklan pada Griya Spa Putri Kedaton agar lebih mudah disampaikan dan diterima oleh masyarakat luas. Adapun tujuan lainnya adalah sebagai berikut:

1. Menambah ilmu tentang perancangan sebuah iklan televisi pada sebuah objek.
2. Membantu kegiatan promosi dan publikasi untuk menarik minat konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Menambah pengalaman dalam bidang pembuatan iklan.
2. Menambah ilmu dalam bidang editing.
3. Menerima ilmu baru yang tidak ada dalam kuliah formal.

1.5.2 Bagi Griya Spa Putri Kedaton

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat bagi objek. Berikut adalah manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Mempunyai iklan yang baru.
2. Sebagai media promosi objek tersebut.

1.5.3 Bagi UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat untuk UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta. Berikut adalah manfaat penelitian ini:

1. Sebagai referensi Produk iklan untuk mahasiswa yang melakukan penelitian dalam bidang multimedia khususnya perancangan iklan televisi.
2. Menambah koleksi karya mahasiswa dalam bidang Multimedia.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1.6.1 Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengambilan data yang digunakan dalam penyusunan laporan ini adalah:

1. Observasi

Metode observasi merupakan suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu objek dalam suatu periode tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati.

2. Wawancara

Metode wawancara merupakan metode yang digunakan untuk mencari data dengan melakukan interaksi dan komunikasi secara langsung (tatap muka) dengan orang yang berkaitan dan dapat mendukung perancangan.

3. Studi Literatur

Studi literatur merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari referensi, literatur atau bahan-bahan teori yang diperlukan dari berbagai sumber wacana yang berkaitan dengan penyusunan laporan.

1.6.2 Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan analisis SWOT. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari Strength (S), Weakness (W), Opportunities (O), dan Threats (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor di dalam perusahaan (S dan W).

1.6.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan dibentuk Merancang konsep iklan : Merancang konsep iklan, Merancang isi iklan, Merancang naskah iklan, Merancang Storyboard, dan Memproduksi iklan.

1.6.4 Metode Pengembang

Tahap ini dilakukannya review hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan, dan menentukan hasil untuk masuk tahap paska produksi (editing).

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menerapkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang iklan dan menampilkan teori tentang teknik-teknik dan tahap-tahap dalam pembuatan iklan serta menjelaskan tentang software yang akan digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang perancangan iklan dan proses editing serta pembuatan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana perancangan sebuah iklan pada Griya Spa Putri Kedaton dan akan menjelaskan perancangan secara teknis serta memaparkan hasil.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.