

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi saat ini begitu pesat, namun bukan berarti pesat itu mencakup seluruh lapisan masyarakat secara merata. Dengan adanya teknologi informasi berbasis multimedia diharapkan dapat memberikan peranan penting dalam proses penyaluran informasi sekaligus menjadi media promosi. Promosi merupakan kegiatan untuk memberikan informasi dengan mempengaruhi pasar supaya tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Seiring perkembangan teknologi, media informasi dan promosi kini berkembang pesat seperti iklan. Teknik yang digunakan dalam proses pembuatan video iklan semakin lama semakin diperbaharui. Teknik *live shoot* adalah teknik pengambilan gambar secara langsung menggunakan kamera pada objek. Dengan penggunaan teknik *live shoot* dalam pembuatan video iklan, informasi mengenai objek atau produk dapat lebih menarik perhatian.

Clothing TNGR DEADLY merupakan clothing pakaian yang bertempat di Jl. Cendrawasih 27a, Demangan, Yogyakarta. Saat ini clothing TNGR DEADLY Yogyakarta melakukan promosi melalui media sosial dan brosur. Media sosial yang digunakan clothing TNGR DEADLY Yogyakarta untuk promosi adalah Instagram dengan memposting produk yang berupa foto. Jika promosi hanya menggunakan foto dan brosur masih kurang karena tidak bisa menjelaskan semua keunikan dari clothing tersebut. Maka dari itu

penulis berpendapat untuk pembuatan video iklan. Diharapkan dari video iklan tersebut mencakup visual, suara dan dapat menjelaskan semua unsur – unsur penting seperti produk yang di jual, informasi promo dan keunikan yang lain dari clothing TNGR DEADLY tersebut yang tidak bisa dijelaskan dengan foto maupun brosur.

Dalam pembuatan video iklan perlu adanya tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi. Dengan memanfaatkan teknologi komputer, penulis menerapkan pembuatan media promosi dan informasi berupa video iklan menggunakan teknik live shoot. Berdasarkan latar belakang tersebut, dalam penelitian ini penulis mengambil judul "Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi "Clothing TNGR DEADLY" Yogyakarta.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah sebelumnya maka dapat di ambil suatu perumusan masalah yaitu sebagai berikut "*Bagaimana membuat iklan televisi Clothing TNGR DEADLY Yogyakarta untuk memperkenalkan produk kepada konsumen*".

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Ide dan konsep pembuatan iklan Clothing TNGR DEADLY yang akan ditayangkan di TV.
2. Pembuatan iklan berdurasi 30 detik.
3. Iklan akan ditayangkan di RBTv.
4. Sasaran promosi adalah masyarakat umum.

5. Iklan akan di uji apakah informasi dan kelayakan iklan sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
6. Penguji akan dilakukan oleh pihak perusahaan dan pihak RBTB.
7. Tahap akhir pembuatan iklan ini akan di serahkan kepada pihak RBTB untuk di tayangkan.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari pembuatan iklan televisi ini bertujuan untuk :

1. Memperkenalkan produk dari Clothing TNGR DEADLY kepada konsumen melalui iklan televisi.
2. Sebagai syarat kelulusan untuk menyanggah gelar Sarjana Komputer strata I program studi sistem informasi fakultas ilmu komputer di Universitas Amikom Yogyakarta.

#### **1.5 Metode Penelitian**

##### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

###### **1. Metode Wawancara**

Metode ini dilakukan dengan wawancara langsung dengan pemilik Clothing TNGR DEADLY mengenai kekurangan dan kelebihan produk serta pemasarannya untuk mempermudah dalam pembuatan iklan.

###### **2. Metode Studi Pustaka**

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari, dan mempelajari dari buku-buku di perpustakaan Universitas

Amikom Yogyakarta berkaitan dengan tahap-tahap dan proses pembuatan iklan televisi.

### 1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis dilakukan dengan identifikasi menggunakan metode analisis SWOT untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, faktor internal dan eksternal dalam mencapai tujuan perusahaan

### 1.5.3 Metode Produksi

Metode perancangan iklan dilakukan dengan 3 tahap yaitu :

1. Tahap PraProduksi
2. Tahap Produksi
3. Tahap PascaProduksi

### 1.5.4 Metode Evaluasi

Metode evaluasi yang akan dilakukan adalah menguji apakah konten yang terdapat pada iklan yang dibuat sudah sesuai dengan informasi yang dibutuhkan perusahaan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan terbagi dalam 5 Bab yang secara singkat diuraikan sebagai berikut :

**BAB I**      Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

- BAB II** Landasan Teori, berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori yang mendasari penelitian.
- BAB III** Analisis dan Perancangan Sistem, bab ini akan membahas mengenai analisis pembuatan iklan sesuai dengan konsep yang telah dibuat.
- BAB IV** Implementasi dan pembahasan, bab ini membahas mengenai pengujian dan testing iklan yang telah dibuat.
- BAB V** Penutup, bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah didapat.

