

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada saat sekarang ini banyak sekali media yang menggunakan teknologi untuk diterapkan dalam mempermudah kegiatan manusia pada aktivitas sehari-hari. Salah satunya yaitu penggunaan teknologi dalam media penyebaran informasi, teknologi tersebut banyak digunakan diberbagai aplikasi, diantaranya aplikasi multimedia. Multimedia sangat membantu mengatasi masalah yang ada, diantaranya masalah promosi sebuah iklan berbentuk video.

Klinik Mata Sehati merupakan sebuah klinik mata yang bergerak dalam penjualan jasa sebuah pemeriksaan mata dan pengobatan mata. Klinik ini mempunyai keunggulan pelayanan penanganan pertama pemeriksaan mata oleh perawat yang bermula dari pemeriksaan Autoreff, yaitu patokan sebelum direfraksi mata, berlanjut mengukur TIO (tekanan intra okuli/tekanan bola mata) menggunakan alat Tonometer. Tahap terakhir masuk ruangan dokter untuk menentukan apa harus dilakukan tindakan, bisa berupa obat, kaca mata, operasi, rujukan. Saat ini media promosi yang digunakan masih menggunakan media cetak brosur, sehingga keunggulan informasi kesehatan seperti pelayanan pengecekan mata, tingkat akurasi pengecekan mata tidak dapat terilustrasikan dengan jelas.

Untuk mengaplikasikannya penulis akan merancang sebuah iklan audio visual dengan teknik Multimedia yaitu teknik *Motion Graphics*. Teknik Multimedia *Motion Graphics* merupakan gabungan dari beberapa potongan desain yang berbasis media visual yang menggabungkan video dengan animasi pergerakan dari desain yang berbasis media visual. Penulis juga berharap setelah adanya video iklan televisi sebagai media promosi ini juga dapat meningkatkan daya tarik pengunjung yang berada di Klinik Mata Sehati.

Oleh karena itu untuk mempermudah masalah diatas maka diperlukan sebuah media promosi yang dilengkapi dengan teknik Multimedia. Diharapkan hasil video iklan tv sebagai media promosi ini nantinya dapat menunjukkan keunggulan pelayanan informasi kesehatan yang disediakan oleh Klinik Mata Sehati. Penulis juga berharap setelah adanya video iklan sebagai media promosi ini juga dapat meningkatkan daya tarik pengunjung yang berada di Klinik Mata Sehati.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Atas dasar penentuan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis dapat mengambil perumusan masalah sebagai berikut “*Bagaimana membuat dan merancang sebuah iklan sebagai penujung media promosi pada Klinik Mata Sehatidi Yogyakarta*”.

### 1.3. Batasan Masalah

Agar penulisan dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan video iklan sebagai berikut:

1. Materi pelayanan Klinik Mata Sehati.
2. Lokasi penelitian di Klinik Mata Sehati.
3. Iklan ini dibuat untuk Klinik Mata Sehati di Yogyakarta sebagai media promosi dalam bentuk video dengan durasi 30 detik.
4. Target tayang akan ditayangkan pada sosial media (youtube).
5. Yang diuji informasi dan tampilan iklan tersebut.
6. Menggunakan metode Kuisioner.
7. Yang menguji adalah forum multimedia.
8. Penelitian sampai tahap diserahkan ke pihak Klinik Mata Sehati.

### 1.4. Tujuan Penelitian

Dengan Dengan mengolah seluruh data-data yang telah didapatkan baik data visual maupun data verbal menjadi suatu rancangan desain, dalam hal ini desain iklan mengenai promosi Klinik Mata Sehati yang akan ditayangkan di sosial media untuk :

1. Memperoleh bentuk komunikasi visual yang efektif dan dapat dipahami oleh masyarakat pada umumnya, sehingga dengan adanya informasi yang jelas dan menarik pada iklan ini dapat memberikan pengaruh agar tertarik untuk berkunjung dan menikmati berbagai macam fasilitasnya.
2. Memperkenalkan kepada khalayak umum tentang Klinik Mata Sehati.

3. Sebagai persyaratan kelulusan jenjang strata-1 UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Iklan komersial adalah iklan yang sifatnya untuk mendapatkan keuntungan dari produk atau jasa. Iklan komersial secara garis besar merupakan bentuk karya yang berisi gagasan-gagasan, ide-ide yang bersifat *persuasive*. Iklan dibuat salah satunya untuk mengenalkan produk atau jasa memberikan informasi dan citra yang baik sehingga khalayak mengerti keberadaanya.

Manfaat dari adanya informasi yang lengkap dan cukup mengenai dapat menimbulkan sikap dan menjadi salah satu pendorong khalayak sasaran untuk memilih. Karena kaitannya dengan promosi Klinik Mata Sehati maka diharapkan dengan adanya perancangan iklan berupa promosi Klinik Mata Sehat yang digambarkan dengan *motion graphic* akan menarik minat khalayak sasaran.

#### **1.5.1 Bagi Calon Konsumen**

Agar calon konsumen lebih banyak memiliki *alternatif* dalam memilih klinikmata.

#### **1.5.2. Bagi Klinik Mata Sehati**

1. Iklan komersial ini dapat menambah jumlah konsumen baru di Klinik Mata Sehati.
2. Membawa citra yang baik untuk Klinik Mata Sehati.



### 1.5.3 Bagi penulis

Sebagai bentuk pelatihan untuk proses perancangan iklan komersial agar lebih baik dari yang sebelumnya serta sebagai bentuk sumbangan pikiran dari penulis (mahasiswa) untuk masyarakat.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Agar menunjang pencarian fakta dan pengumpulan data guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan kasus ini diperlukan pemahaman bagaimana iklan tersebut nantinya dapat dijalankan. Untuk mengetahui bagaimana iklan tersebut berjalan diperlukan beberapa metode untuk memperoleh data yang akurat dan menghasilkan video iklan yang lebih baik. Metode-metode tersebut antara lain :

#### 1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berkepentingan yang merupakan narasumber untuk mendapatkan informasi.

#### 2. Observasi

Observasi adalah metode yang sangat efektif digunakan, karena penulis melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan pengolahan data ditempat penelitian.

#### 3. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan membaca buku untuk mendapatkan bahan tambahan yang bersifat teoritis dan *relevan* yang dapat menunjang

laporan yang berkaitan dengan topik yang diambil serta pemecahan yang ada.

#### 4. Metode Kearsiapan

Metode kearsipan merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari data-data arsip yang telah ada yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi.

##### 1.6.2 Analisa

Dalam metode ini, penulis mengadakan pemeriksaan keabsahan data. Penulis juga membandingkan kekurangan dan kelebihan cara promosi lama dengan cara promosi yang baru.

##### 1.6.3 Produksi

Dalam metode ini penulis mulai membuat sebuah rancangan desain untuk membuat sebuah iklan televisi sebagai media promosi.

##### 1.6.4 Evaluasi

Setelah pembuatan video iklan selesai diproduksi, penulis akan mengevaluasi hasil video tersebut ke pemilik Klinik Mata Shati Yogyakarta, proses ini merupakan tahap akhir sebelum pihak perusahaan menyetujui dan menerima penerapan video iklan tersebut.

### **1.7. Sistematika penulisan**

Sistematika penulisan skripsi pada dasarnya untuk memudahkan pengertian tentang isi skripsi secara garis besar. Adapun penulis tersebut dibagi dalam 5 bab sebagai berikut :

#### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan dan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **2. BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang digunakan oleh penulis sebagai dasar penelitian dan gambaran tentang perangkat lunak yang akan digunakan oleh penulis dalam penyusunan iklan.

#### **3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Dalam bab ini berisikan gambaran tentang Klinik Mata Sehati yang meliputi sejarah berdiri, analisis yang digunakan yaitu SWOT, sistem yang akan dibangun meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan storyboard.

#### **4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjabarkan langkah-langkah pembuatan video mulai dari pengambilan gambar, editing, rendering sampai tahap akhir.

## 5. BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dijelskan mengenai kesimpulan, saran dari penelitian dan kelebihan dan kelemahan iklan.

