

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan multimedia menggunakan komputer saat ini sangatlah pesat. Hampir semua sekarang menggunakan metode multimedia, seperti: pembelajaran di sekolah, presentasi dan sebagainya. Salah satunya penggunaan iklan untuk media informasi.

Iklan bukanlah suatu hal asing dalam perekonomian di Indonesia, iklan merupakan suatu bentuk komunikasi massa melalui berbagai media massa yang dibayar oleh perusahaan-perusahaan bisnis, organisasi non-profit dan individu-individu yang teridentifikasi dalam pesan periklanan dengan maksud memberi informasi atau mempengaruhi pemirsa dan golongan tertentu. Bentuk iklan dapat berupa tulisan, gambar, video ataupun gabungan dari keseluruhan unsur tersebut. Bagi produsen iklan bukan hanya menjadi alat promosi barang maupun jasa, melainkan juga untuk menanamkan citra kepada konsumen maupun calon konsumen tentang produk yang ditawarkan. Iklan sering kali menggiring khalayak untuk percaya pada produk, dalam waktu yang lebih singkat sedangkan pengaruhnya akan melekat lebih lama pada ingatan pemirsa, sehingga mendorong calon konsumen untuk mengkonsumsi maupun mempertahankan loyalitas konsumen.

Menurut Rhenald Kasali, iklan adalah segala bentuk pesan tentang suatu produk dan jasa yang disampaikan lewat media dan dibiayai oleh perusahaan yang dikenal serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Sedang pengaruh pesan ini berarti hal-hal yang diterjemahkan dalam bentuk gambar, rangkaian kata-kata *jingle*, maupun warna dengan tujuan membangkitkan kebutuhan konsumen dan menanamkan citra pada konsumen pemerkasanya adalah produsen, sedangkan media adalah sarana yang digunakan yaitu media cetak dan media elektronik (Kasali, 1992:9).

Berbicara tentang seputar dunia panggung saat ini perkembangannya menjadi sesuatu yang lebih menarik disimak dan diikuti oleh semua kalangan pelaku seni. Terlihat dari berbagai karya perindustrian di bidang perfilman, drama opera maupun pertunjukkan hiburan musik, tari dan lainnya yang digelar untuk menunjukkan eksistensi perkembangan dunia seni. Seni dianggap suatu kreasi manusia yang mencerminkan budaya manusia dalam menunjukkan ide kreatifnya. Industri hiburan ini dijadikan suatu wadah untuk para pelkau seni untuk mengembangkan ide kreatifitasnya dalam bermain seni dan mengembangkan potensi luar biasa yang dimiliki.

Panggung Industri hiburan kini makin berkembang, salah satunya dapat dilihat dari segi kostum, make up dan properti yang mereka kenakan saat melakoni sebuah peran seni. Peran seni yang mereka tampilkan berupa peran dalam dunia perfilman, drama opera, maupun pertunjukkan hiburan music, tari, dan lainnya yang memerlukanm kostum pertunjukkan yang didesain sesuai konsep, tema dan karakteristik perkembangan ataupun sejarah mode yang

diangkat. Kostum pertunjukkan ini bisa disebut juga sebagai *Costume Performing Art* yang secara harfiah merupakan kostum yang digunakan untuk acara pertunjukkan baik pada sebuah drama opera, film, pertunjukkan kabaret (*cabaret show*) maupun pertunjukan panggung lainnya. Karakter kostum ini harus memiliki nilai guna untuk menunjukkan makna simbolik yang menunjukkan pada beberapa penampilan dalam bentuk sebuah drama, film, musik dan kabaret.

Jika menyebut tentang cabaret show, pasti ingatan orang akan melayang ke Thailand. Hal ini dikarenakan negara tersebut terkenal dengan panggung cabaret shownya. **Cabaret show** di Thailand ini sangat populer di kalangan wisatawan dan menjadi salah satu pertunjukan yang wajib dilihat saat mengunjungi Negeri Gajah Putih tersebut. Namun kini kita tak perlu jauh-jauh terbang ke Thailand untuk menyaksikan para *lady boy* yang beratraksi, sebab di Yogyakarta juga terdapat panggung cabaret show.

Berdasarkan Latar belakang di atas maka peneliti berencana akan membuat iklan pada Raminten³ Cabaret Show, diharapkan dapat menjadi media informasi tentang cabaret show.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

Bagaimana membuat iklan sebagai media Informasi pada Raminten Cabaret Show?

1.3 Batasan Masalah

Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya penyimpangan dari pokok permasalahan yang diteliti dan berjalan sesuai dengan saran yang diharapkan.

1. Pembuatan video pertunjukan kabaret menggunakan teknik live shoot.
2. Menampilkan informasi jadwal show cabaret dan gambar tentang pertunjukan.
3. Iklan ini ditujukan khusus untuk remaja dan masyarakat pada umumnya.
4. Iklan berdurasi maksimal 1 menit.
5. Frame rate yang di gunakan adalah 25 fps
6. Resolusi layar yang di gunakan yaitu 1920 x 1080
7. Format Codec yang di gunakan dalam iklan adalah H.264

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai oleh peneliti dalam penelitiannya adalah menghasilkan iklan sebagai media informasi pada Raminten Cabaret Show Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Kabaret:

Bisa digunakan sebagai media informasi yang mudah disaksikan.

1.5.2 Bagi Penulis:

Bisa lebih lancar dalam mengerjakan skripsi.

1.5.3 Bagi Masyarakat Umum:

Masyarakat jadi lebih mengerti kegunaan-kegunaan multimedia.

Masyarakat akan mengerti dan tertarik pada pertunjukan kabaret di Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian untuk penyusunan proposal cara mengumpulkan data dilakukan dengan metode antara lain sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan data

1. Metode Observasi

Yaitu penelitian yang dilaksanakan langsung pada objek yang diteliti yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran jelas tentang system yang sedang berlangsung.

2. Metode Kepustakaan

Yaitu metode penelitian yang mencari referensi dari buku-buku di perpustakaan atau di tempat lain.

1.6.2 Metode Analisis

SWOT

1.6.3 Perancangan

Metode Perancangan yang di gunakan dalam pembuatan iklan "" adalah sebagai berikut :

1. Pra Produksi

2. Produksi

3. Pasca Produksi

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas antara lain berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan serta rencana kegiatan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menguraikan tentang konsep dasar Iklan , Pada BAB ini berisikan tentang "apa itu CABARET". Di sini akan dijelaskan pengertian seputar Cabaret Show.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada BAB ini akan dituliskan proses menganalisis dan di BAB ini akan dituliskan rancangan Iklan yang akan dibuat oleh peneliti.

BAB IV IMPLEMENTASI

Merupakan BAB yang akan membahas penerapan rencana pembuatan Iklan berdasarkan pada analisis dan rancangan yg diajukan pada Pembuatan iklan.

BAB V KESIMPULAN

BAB ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisi kesimpulan dan saran dari seluruh isi laporan.

