

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan televisi atau Iklan tv, Adalah sesuatu yang sudah biasa dan sering kita lihat dalam kehidupan sehari-hari. Dengan media televisi iklan bisa diterima konsumen dengan jelas, karena media televisi mencakup unsur audio dan video. Saat ini, Di kota Yogyakarta terdapat banyak kafe yang varian dan menjamur mulai dari harga yang murah, menengah, dan mahal dan dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap dan nyaman seperti free wifi, parkir luas, dan musik akustik. Saung Cikur sebagai kedai makanan yang lumayan baru dan mempunyai fasilitas yang lengkap memberikan nuansa yang tenang dan tempat nyaman untuk para penikmat masakan sunda tersebut, namun saat ini media penyampaian informasi tentang Saung Cikur masih sebatas pada media cetak dan jejaring sosial.

Dengan latar belakang masalah tersebut, penulis mencoba untuk mengimplementasikan permasalahan diatas dengan melakukan suatu penelitian dengan judul " perancangan dan pembuatan iklan televisi pada Saung Cikur Yogyakarta " yang diharapkan dapat memperluas promosi dan publikasi dari Saung Cikur .

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu “ Bagaimana membuat Iklan Televisi pada Saung Cikur Yogyakarta?

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Informasi yang terdapat dalam pembahasan adalah berupa pembuatan iklan televisi Saung Cikur Yogyakarta dengan menggabungkan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot* sebagai sarana promosi.
2. Iklan tersebut berdurasi 30 detik.
3. Isi iklan televisi berisi tentang menu yang ada di Saung Cikur Yogyakarta.
4. Bahasa yang digunakan untuk dubbing adalah bahasa Indonesia.
5. Teknik yang dipakai dalam pembuatan iklan meliputi *Motion Graphic* dan *live shoot*.
6. Iklan ini ditayangkan di stasiun tv lokal yogyakarta di RBTv.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Perancangan ini dirancang dan di buat dengan tujuan:

7. Mempraktekkan teknik *motion graphic* dan live shoot dengan membuat iklan mengenai sarana promosi Saung Cikur Yogyakarta.
8. Hasil penelitian berupa iklan promosi ini diserahkan kepada pemilik Saung Cikur Yogyakarta sebagai bahan promosi Saung Cikur Yogyakarta.
9. Target dan penelitian ini adalah remaja atau mahasiswa mahasiwi Yogyakarta, namun juga tidak menutup kemungkinan orang lain atau orang asing yang ingin mencoba.

#### 1.5 Manfaat penelitian

- I. Manfaat bagi penulis
  - a. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut perancangan iklan televisi.
  - b. Memperoleh gambaran nyata tentang produk Saung Cikur Yogyakarta.
  - c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program SI Sistem Informasi STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

## 2 Manfaat bagi Saung Cikur

- a. Memberikan masukan dan gambaran kepada Saung Cikur tentang periklanan televisi.
- b. Memperbanyak media Saung Cikur untuk kegiatan periklanan.

### 1.6 Metode penelitian

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Pengumpulan Data

##### a. Metode wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada owner Saung Cikur Yogyakarta yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Saung Cikur Yogyakarta untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa penelitian.

##### b. Metode observasi

Observasi dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti yaitu beberapa kelebihan yang di anjurkan oleh manajer pemasaran dan beberapa angel komposisi untuk kebutuhan gambar untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan diteliti.

c. Metode Kearsipan

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari Saung Cikur ,yang mendukung dalam penulisan skripsi ini.

d. Metode Perpustakaan (Library)

Yaitu cara dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah dan lain-lainnya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan televisi.

2. Analisis

Metode analisis yang dipakai yaitu menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Di dalam analisis SWOT akan membahas tentang Strengths (kekuatan/keunggulan), Weaknessess (kelemahan), Opportunities (peluang/kesempatan), dan Threats (ancaman) dari iklan ini. Dalam analisis kebutuhan non fungsional membahas kebutuhan software, hardware, dan brainware yang digunakan dalam penelitian.

3. Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan merupakan tahapan pertama dalam pembuatan iklan ini yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan meliputi menentukan ide konsep hingga pembuatan storyboard .

#### 4 Pengembangan

Metode pengembangan yang dilakukan merupakan tahap kedua dan ketiga pembuatan iklan yaitu tahap produksi dan pasca produksi. Pada tahapan ini dilakukan pengimplementasian bahan-bahan yang telah dikumpulkan pada tahap pra produksi. Diawali dengan pengambilan gambar, dilanjutkan dengan pengeditan video yang menggabungkan dengan teknik motion graphic. Kemudian pada tahapan terakhir praproduksi dilakukan pembuatan narasi suara, pemberian sound hingga tahap finishing berupa hasil rendering.

#### 5 Testing

Pada tahapan ini dilakukan suatu pengujian terhadap iklan yang dibuat serta kesesuaian konsep. Pengujian yang dilakukan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada sampel konsumen Saung Cikur.

#### 1.7 Sistematika penulisan

Laporan Skripsi ini terdiri dari lima bab. Lima bab tersebut antara lain :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti dalam sekema penelitian dan tentang perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan iklan secara singkat.

## **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab III membahas profil Saung Cikur, analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional berupa kebutuhan software, hardware, dan brainware serta pengertian tahap pra produksi.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab IV ini memuat langkah atau proses, hasil pengujian dan analisa serta saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.

## **BAB V PENUTUP**

Bab V memuat kesimpulan dan hasil pengujian serta analisa saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.