

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jika kita telusuri, di kota Yogyakarta ini sangat banyak tempat-tempat makan atau kafe-kafe yang tersedia. Mereka memiliki berbagai cara untuk mempromosikan supaya dikenal dimasyarakat, untuk menarik pelanggan yang lebih banyak. Dan pada saat ini, penggunaan iklan sebagai media promosi sudah sangat berkembang, iklan selalu hadir dimanapun dan kapanpun berada, selama kita beraktifitas kita dapat menyimak dan menyaksikan melalui media-media seperti televisi, radio, koran, *videotron*, dan brosur-brosur yang dengan sangat mudahnya kita bisa dapatkan ditengah-tengah keramaian.

Iklan televisi merupakan jenis multimedia yang kini banyak sekali digunakan untuk mempromosikan produk dan tempat-tempat dengan menggunakan cara penyampaian dan kekreatifan yang berbeda-beda demi memberikan daya tarik yang lebih kepada penontonnya. Meningkatkan daya tarik kepada calon konsumen sangatlah sulit, dengan penelitian yang telah penulis lakukan bahwa promosi yang telah dilakukan oleh ACP Fruit and Coffee Yogyakarta mungkin masih menggunakan media promosi umum seperti facebook, instagram, dan media sosial lainnya. Dan media ini dirasa masih kurang memikat para calon konsumen dan masih kurang luas cangkupannya. Dengan adanya iklann televisi ini, diharapkan perluasan pengenalan dan promosi yang lebih efektif dan interaktif..

ACP Friut and Coffee adalah kafe makanan dan minuman yang tempatnya sangat nyaman untuk berkumpul bersama teman-teman atau rekan kerja. Rasanya sangat disayangkan jika ACP Fruit and Coffee kurang dikenal di masyarakat dan di kalangan para pecinta kuliner.

Melihat adanya permasalahan diatas penulis terdorong untuk melakukan penelitian dalam hal “Perancangan dan Pembuatan Iklan TV pada ACP Fruit and Coffee Yogyakarta” untuk berupaya semaksimal mungkin dalam membuat sebuah iklan televisi yang diharapkan lebih supaya memberikan konsumen yang lebih banyak lagi dan lebih memberikan pengenalan kepada kalangan masyarakat.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dengan latar belakang diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah yaitu : Bagaimana membuat iklan TV pada ACP Friut and Coffee Yogyakarta?

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, untuk memperjelas pembuatan iklan, maka di buat batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Video iklan ini dibuat dengan teknik *live shoot*, *green screen*, *time lapse* dan dengan menambahkan animasi 2D.
2. Video iklan ini akan berisi tentang produk yang dijual oleh ACP Fruit and Coffee.
3. Durasi iklan yang dipakai sesuai dengan standar durasi iklan di Indonesia yang kurang lebihnya 30 detik.
4. Iklan ini akan ditayangkan di tv lokal Yogyakarta RBTv.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam pembuatan skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

1. Membuat video iklan berbasis *live shoot*, *green screen*, *time lapse*, dan animasi 2D untuk ACP Fruit and Coffee Yogyakarta.
2. Memperkenalkan ACP Fruit and Coffee Yogyakarta kepada masyarakat dan sebagai promosi.
3. Untuk memperbanyak konsumen yang datang ke ACP Fruit and Coffee Yogyakarta.
4. Menerapkan dan memperdalam ilmu yang telah didapat selama ini di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Sastra I (S1) jurusan Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

##### 1.5.1 Bagi Penulis

1. Skripsi ini memberikan banyak manfaat baik serta menambah pengalaman dan meningkatkan wawasan terhadap ilmu multimedia khususnya dalam pembuatan iklan.
2. Dapat menyusun skripsi di program sarjana Sastra I Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

### 1.5.2 Bagi Objek Penelitian

1. Dengan adanya iklan ini, ACP Fruit and Coffee Yogyakarta akan dikenal lebih banyak oleh orang yang menyaksikannya di media televisi.
2. Memberikan daya Tarik yang lebih untuk berkunjung ke ACP Fruit and Coffee Yogyakarta.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data, maka penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode *Observasi*

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung peneliti datang ke ACP Fruit and Coffee Yogyakarta untuk mengumpulkan data secara lengkap.

2. Metode *Interview*

Dalam metode ini, dilakukan wawancara secara langsung melalui pertanyaan kepada pemilik ACP Fruit and Coffee Yogyakarta. Cara ini adalah cara yang paling akurat untuk mengumpulkan data.

3. Metode *Kearsipan*

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari ACP Fruit and Coffee Yogyakarta, yang mendukung dalam penulisan skripsi.

4. Metode *Library*

Metode ini adalah metode yang dilakukan dengan membaca pada buku-buku atau literatur yang dibutuhkan sebagai tambahan referensi dari

peneliti, mengenai teori-teori yang menyangkut dalam pembuatan iklan dimana semuanya berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

### 1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai yaitu menggunakan analisis SWOT dan kebutuhan non fungsional. Didalam analisis SWOT akan membahas tentang *Strengths* (kekuatan/keunggulan), *Weaknessess* (kelemahan), *Opportunities* (peluang/kesempatan), dan *Thrcats* (ancaman). Didalm analisis kebutuhan non fungsional, disini membahas tentang *software*, *hardware*, dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancang merupakan tahapan pertama dalam pembuatan iklan ini, yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dibutuhkan persiapan dalam menentukan ide konsep hingga pembuatan *storyboard*.

### 1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan adalah tahap kedua dan ketiga dalam pembuatan iklan ini, yaitu tahap produksi dan pasca produksi. Pada tahap ini dilakukan pengimplementasian bahan bahan yang telah dikumpulkan pada tahap pra produksi. Pertama dengan pengambilan gambar secara *liveshoot*, *green screen*, selanjutnya pengeditan video, dan terakhir tahapan pra produksi dilakukan dengan pemberian *sound* hingga tahapan *finishing* berupa hasil dari *rendering*.



### 1.6.5 Metode Testing

Pada tahapan ini dilakukan sebuah pengujian dari iklan yang sudah jadi dengan memperlihatkan kepada konsumen atau pemilik dari ACP Fruit and Coffee Yogyakarta serta memberikan tanggapan dari iklan ini.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dipahami dalam penulisan skripsi ini, dan tersusun dengan baik, maka akan diuraikan secara sistematis kedalam 5 bab, yang masing masing bab akan diuraikan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

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

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab landasan teori menguraikan tinjauan pustaka, menguraikan teori-teori yang berkaitan dengan judul, dan mendasari landasan secara detail. Juga dapat berupa definisi-defenisi atau model yang berkaitan langsung dengan ilmu atau masalah yang sedang diteliti. Pada bab ini juga dituliskan tentang software apa saja yang dipakai dalam pembuatan iklan tersebut.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini berisi tentang profil singkat dari ACP Fruit and Coffee Yogyakarta dan membahas ide cerita, naskah, *storyboard*, dan analisis mengenai praproduksi.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI PEMBAHASAN**

Bab ini membahas proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah di bahas, yaitu tahap produksi dan pasca produksi ACP Fruit and Coffee Yogyakarta.

#### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari bab I sampai bab IV dan saran yang penulis ajukan, guna untuk bahan peninjauan selanjutnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Beris tentang sumber-sumber atau buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skrip

