

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Periklanan di Indonesia sudah begitu *kompetitif*, terbukti dari banyak sekali biro – biro periklanan dan jasa pembuatan iklan. Sudah bukan menjadi rahasia umum lagi bahwa iklan adalah suatu hal yang sangat penting, bahkan banyak perusahaan yang mengalokasikan dana yang besar untuk sebuah iklan. Banyak sekali produk dan jasa yang silih berganti bermunculan dengan mengandalkan berbagai jenis iklan untuk berkompetisi dan meramaikan dunia periklanan. Mulai dari media cetak, situs *online*, youtube, sosial media hingga televisi. Begitu banyaknya wadah untuk menampung berbagai jenis iklan di berbagai macam media. Selain kualitas dari produk dan jasa, iklan menjadi tolak ukur sebuah kualitas suatu produk dan jasa. Karena pada masa saat ini, bukan hanya kualitas dari sebuah produk dan jasa saja yang menjadi acuan, akan tetapi sebuah komunikasi yang baik sangat berpengaruh terhadap konsumen dalam upaya menarik minat dan *brandimage* sebuah jasa dan produk.

Secara umum dapat dikatakan bahwa untuk meraih sukses dalam mencapai pasar sasaran suatu perusahaan, diperlukan strategi yang tepat sasaran. Oleh sebab itu diperlukan seorang pemasar yang mampu membaca situasi dan kondisi pasar secara tepat. Untuk mencapai sasaran dalam suatu usaha pemasaran selalu membutuhkan alat dalam penyampaian informasi kepada konsumennya, salah satunya adalah dengan cara mengeluarkan iklan tentang produk suatu perusahaan

yang menarik bagi konsumen, yang pada akhirnya konsumen juga akan tertarik untuk menggunakan produk yang diiklankan. Penyampaian iklan akan membantu dalam mengenalkan produk kepada konsumen, iklan mempunyai peranan penting dalam menancapkan merek suatu produk ke pikiran konsumen.

Studio rekaman khususnya di wilayah Yogyakarta sangat banyak. Sebagai contoh : Lahan Eros milik Eros Candra (Gitaris Sheila On7), Rockstar Studio, Neverland Studio Recording, dan lain-lain. Selain studio Profesional, penulis mengamati banyak sekali studio berbasis *Home Recording* yang sangat menjamur baik di Yogyakarta dan sekitarnya, dengan mengedepankan harga yang lebih terjangkau dan dapat memproduksi karya musik, meskipun hasilnya tidak sesuai dengan kualitas yang memadai, banyak musisi jaman sekarang memproduksi karyanya sendiri dengan melakukan proses rekaman sendiri pula, tidak bias di pungkiri dikarenakan teknologi di era sekarang ini sangat mempermudah proses perkembangan digital, tak hanya di bidang visual namun juga merambah ke dunia Audio. Dari permasalahan yang di alami, Satrio Piningit Studio Recording membuat terobosan dan inovasi, salah satu hal yang dapat dilakukan adalah lebih banyak melakukan promosi/iklan di berbagai media sosial, media rekam atau media cetak, agar lebih banyak di kenal masyarakat luas, sehingga Satrio Piningit Studio Recording akan menjadi bertambah klien, relasi dan semakin bertambah pengguna jasa rekaman Satrio Piningit. Dengan itu Satrio Piningit Studio terus melakukan pengembangan, baik dari segi pelayanan, *Hardware*, *Software* maupun *Brainware*.

Seiring dengan berkembangnya sebuah usaha, produsen di tuntut untuk memberikan inovasi yang lebih *fresh* dan menarik agar produsen tetap terus berkembang dan tidak di tinggal para konsumen. Untuk lebih memperluas informasi terhadap produk dan jasa, maka dibuatlah iklan dengan beberapa konten yaitu televisi, sosial media, dan iklan radio untuk memperluas informasi. Iklan ini nantinya akan berisi tentang sebuah cerita dari Satrio Piningit Studio Recording. Iklan ini akan dibuat menarik dan mudah dipahami, agar konsumen dapat mengingat pesan yang disampaikan. Diharapkan dengan adanya iklan televisi ini dapat menarik minat konsumen. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "Pembuatan Audio Visual Iklan Televisi Satrio Piningit Studio Recording Sebagai Media Promosi".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah di uraikan di atas penyusun merumuskan masalah sebagai berikut bagaimana "Pembuatan Audio Visual Iklan Televisi Satrio Piningit Studio Recording Sebagai Media Promosi?".

1.3 Batasan Masalah

Perlu di buat batasan masalah dalam menganalisis penelitian ini, agar persoalan yang di hadapi lebih terarah dan dapat di cari pemecahan masalah secara optimal. Adapun batasan masalah diataranya :

1. Iklan berdurasi 45 detik.
2. Iklan ini direkam menggunakan kamera Nikon D5500.
3. Teknik yang digunakan adalah *live shoot*, efek visual dan *audio mixing*.

4. Teknik Editing yang di gunakan adalah NLE (*Non Linier Editing*).
5. Software utama yang digunakan adalah Adobe After Effect CC 2017 dan Nuendo 4

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelttian

1. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Teknik Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Untuk membantu mempromosikan Satrio Piningit Studio Recording. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh selama studi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh iklan televisi “Pembuatan Audio Visual Iklan Televisi Satrio Piningit Studio Recording” terhadap *brand image* Satrio Piningit Studio recording

1.5 Manfaat Penelttian

Manfaat dari penelitian dan penulis lakukan di antaranya adalah:

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Peneliti dapat mengetahui perkembangan promosi sebagai referensi pembuatan iklan televisi Satrio Piningit Studio Recording dan mengimplementasikan ilmu yang di dapat di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5.2 Manfaat Bagi Mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta dalam membuat iklan televisi.

1.5.3 Manfaat Bagi Perusahaan

Dapat membantu mempromosikan produk Satrio Piningit Studio Recording kepada konsumen.

1.5.4 Manfaat bagi masyarakat luas

Memberikan informasi mengenai Satrio Piningit Studio Recording.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dapat dilakukan melalui pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada. Beberapa metode pendekatan yang di gunakan sebagai berikut :

1.6.1 Wawancara (Interview)

Wawancara yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada owner yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Satrio Piningit Studio Recording untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

1.6.2 Pengamatan Langsung (Observasi)

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap Satrio Piningit Studio Recording.

1.6.3 Metode Dokumentasi

Mengumpulkan data dan mengambil arsip-arsip dan dokumen dari Satrio Piningit Studio Recording.

1.6.4 Metode Kepustakaan

Metode pengumpulan data dengan menggunakan buku sebagai bahan referensi.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan video iklan komersial untuk media promosi, antara lain konsep dasar iklan, konsep dasar software yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan diuraikan tentang analisis dan perancangan iklan secara umum serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas tentang hal-hal yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoreksian iklan, dan hasil implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dan saran untuk perbaikan dari proses pembuatan video iklan komersial.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

