

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan selalu hidup dan berada kapan saja dan dimana saja di dalam kehidupan kita. Saat ini dunia periklanan dapat kita lihat dan dengar di televisi, radio, koran, surat kabar, maupun internet. Kekuatan iklan terletak pada bahasa, gambar, serta pemrosesan yang kreatif dan komunikatif. Dalam rangka memenuhi maksud tersebut, maka iklan dalam memproduksi sebuah iklan, bahasa dan gambar atau ilustrasi hendaknya dikerjakan secara cermat. Karena pada dasarnya iklan sangat berperan penting untuk memikat hati masyarakat untuk menyukai hal yang di dalam iklan tersebut.

Bakpia BP DHIYAT merupakan Industri makanan ringan yang berbahan dasar kacang hijau yang berkualitas. Sebagian besar produknya di distribusikan ke toko-toko serta dari mulut kemulut. Pada awalnya Toko ini memproduksi produk bakpianya dari 30 tahun yang lalu semasa Bapak Dhiyat masih muda, pertama kalinya Bapak Ghiyat memproduksi Bakpianya 30 Tahun yang lalu masih mengontrak rumah di daerah Keparakan Lor, Kecamatan Mergangsan, Kelurahan Keparakan, Yogyakarta. Namun seiring berjalannya waktu dan semakin membesarnya produksi setelah 30 tahun, maka dibangunlah Toko untuk Produksi dan Penjualan Keparakan Lor, Kecamatan Mergangsan, Kelurahan Keparakan, Yogyakarta. Bakpia BP DHIYAT memproduksi bakpia berbagai varian rasa meliputi bakpia Kacang Hijau (Kumbu Putih), bakpia Coklat dan bakpia Keju.

Bakpia BP DHIYAT telah mengupayakan berbagai macam usaha untuk mempromosikan tokonya di *website*, media sosial *Facebook* tetapi hasil yang diharapkan dirasa kurang maksimal. Oleh karena itu Bakpia BP DHIYAT mempunyai strategi baru agar Bakpia nya dapat di kenal oleh masyarakat. Iklan televisi hal yang paling tepat untuk mengatasi kekurangan dan memaksimalkan upaya promosi yang ada selama ini dengan iklan televisi harapannya para pelaku pecinta kuliner khas Jogja dapat mengetahui dan menikmati produk makanan dari Bakpia BP DHIYAT dengan harga dan kualitas terjamin bersih dan Halal kepada masyarakat luas.

Berdasarkan hal tersebut diatas produk makanan dari Toko ini adalah bakpia berbahan dari kacang hijau, tetapi sekarang ini baru memproduksi varian rasa kacang hijau , coklat dan keju dan akan dikembangkan lagi nantinya sesuai minat pasaran yang sudah ada. Segmentasi Pasar: *Low - Middle - High Class* dan target pasar, "orang yang menyukai produk makanan bakpia khas Jogja dengan khas lembut dalam pengeolahan yang dimiliki bakpia BP Dhiyat kacang hijau yang alami tanpa memberikan pengawet (*No Bahan Pengawet*)".

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk membantu Toko bakpia BP DHIYAT untuk membuat iklan televisi dan menyajikan laporan produksi Bakpianya dalam skripsi yang berjudul: " **Perancangan Dan Pembuatan Iklan TV Pada Bakpia Kumbu Putih Keparakan Lor Yogyakarta** ".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas. Maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu : "Bagaimana cara membuat sebuah iklan televisi yang dapat memaksimalkan upaya promosi yang ada selama ini, serta dapat menarik minat masyarakat dari *Low, Middle dan High Class* pecinta makanan bakpia yang menontonnya"?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi dengan ruang lingkup yang lebih kecil, yaitu;

1. Dalam pembuatan iklan ini ditujukan untuk memaksimalkan pemasaran Bakpia BP DHIYAT.
2. Tahap memproduksi iklan yang meliputi tahap pra produksi, tahap produksi dan tahap paska produksi.
3. Teknik yang digunakan adalah *liveshoot*.
4. Iklan akan tayang pada stasiun televisi RBTv.
5. Durasi iklan 30 detik.
6. Format video MP4.
7. Resolusi Layar 1280 x 720.

1.4 Maksud Penelitian

Adapun maksud dan tujuan secara garis besar adalah sebagai berikut:
Mengenalkan Toko dan hasil produksi makanan yang disini Bakpia kepada masyarakat luas baik dari kalangan *Low*, *Middle* sampai *High Class* melalui media iklan televisi.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Dapat menerapkan unsur-unsur dalam pembuatan iklan di televisi.
2. Menerapkan teknik-teknik pengeditan video yang sudah dikuasai.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang akurat yang diperlukan untuk penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai Bakpia BP DHIYAT dan permasalahan yang akan diteliti.

2. Observasi

Metode ini digunakan penulis untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ketempat penelitian untuk mengamati dan menentukan point-point penting yang akan terjadi obyek pembuatan iklan.

3. Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

1.6.2 Metode Analisis Data

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT yang terdiri dari *strenght, weakness, opportunities, threat*.

1.6.3 Metode Perancangan / Pembuatan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pra produksi, produksi dan pasca produksi.

1.7 Sistematika Penulisan

Seperti laporan ilmiah pada umumnya, maka penulis menggunakan skripsi sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bagian ini menggunakan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bagian ini menggunakan teori tentang konsep dasar iklan, dasar-dasar editing video, dasar-dasar efek visual film dalam proses editing video.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah iklan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan.

BAB V. PENUTUP

Bagian ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat keterangan yang didapat dari beberapa buku dan internet sebagai referensi dan panduan untuk membantu dalam pembuatan dan sebagai penulisan skripsi.