

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penyampaian informasi perusahaan kepada masyarakat sangatlah penting untuk meningkatkan persaingan dalam suatu usaha. Dalam sebuah pemasaran tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk mempromosikan sebuah produk, baik jasa atau pun barang. Salah satu caranya dengan menggunakan peran multimedia. Kelebihan multimedia adalah menarik indra dan menarik minat karena multimedia merupakan gabungan dari beberapa media seperti gambar, teks, dan suara. Sehingga dengan peran multimedia perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai perusahaan dengan baik. Salah satu produk yang dihasilkan dari multimedia yaitu video iklan, media televisi dapat menjadi salah satu jasa pemasangan video iklan karena televisi dapat menjangkau wilayah yang luas dengan waktu yang singkat.

Itsrain Store Yogyakarta merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi fashion, seperti pakaian dan accesories. Produk Itsrain Store Yogyakarta sangat cocok untuk melengkapi kebutuhan fashion masyarakat, karena Itsrain Store Yogyakarta menawarkan desain dan model yang variatif dengan kehalusan setiap bahannya serta kualitas jahitan yang rapi. Pemasaran yang digunakan selama ini melalui media online seperti website, media sosial twitter dan facebook.

Berdasarkan latar belakang diatas, mendorong penulis untuk membuat video iklan televisi sebagai cara memasarkan produk Itsrain Store Yogyakarta agar dapat membantudalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah “Bagaimana Pembuatan Iklan Televisi Itsrain Store Yogyakarta?”.

1.3 Batasan Masalah

Pembuatan iklan televisi sangatlah kompleks dengan melibatkan banyak elemen di dalamnya. Sehingga penulis menetapkan batasan-batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Hasil implementasi akan menyesuaikan stasiun televisi yang terkait.
2. Video iklan ini berisi tentang promosi produk Itsrain Store Yogyakarta.
3. Penelitian ini dilakukan hanya sampai uji coba iklan kepada pihak Itsrain Store Yogyakarta dan penayangan video iklan satu kali di televisi lokal RBTv oleh pihak peneliti.
4. Penelitian menggunakan teknik *motion graphic*, *live shoot* dan *greenscreen*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelttan

Maksud dari penelitian ini adalah:

1. Memperkenalkan Itsrain Store Yogyakarta ke masyarakat melalui video iklan.
2. Menarik audience agar datang ke outlet Itsrain Store Yogyakarta.
3. Menambah media promosi Itsrain Store Yogyakarta untuk kegiatan periklanan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut.

1. Metode Wawancara (interview)

Peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan pemilik Itsrain Store Yogyakarta dan staff-staff terkait untuk mendapatkan data yang akurat.

2. Metode Pengamatan Langsung (*Observasi*)

Peneliti menggunakan metode studi pustaka yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku atau situs *website* terpercaya sebagai bahan referensi.

3. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi pustaka yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku sebagai bahan referensi.

1.5.2 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan gambaran bagaimana iklan dibentuk sesuai rancangan iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan Itsrain Store Yogyakarta.

1.5.3 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan gambar hingga menganimasikan gambar. Setelah itu, tahap selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi review hasil editing, pemberian sound effect hingga tahap finishing berupa rendering dan distributing.

1.5.4 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan melakukan penayangan kepada objek dan hasil akhir video iklan di televisi lokal Yogyakarta.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan secara sederhana yang terdiri dari.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitanya dengan penelitian, yang menguraikan secara

umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan televisi untuk media promosi, seperti konsep dasar iklan, konsep dasar software yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bab ini meguraikan tentang analisis dan perancangan iklan televisi secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoperasian iklan dan implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari proses pembuatan iklan televisi dan saran untuk perbaikan iklan yang sudah dihasilkan untuk masa yang akan datang.