

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan dunia periklanan yang ada pada saat ini mengalami kemajuan yang cukup signifikan. Saat ini dunia periklanan bisa kita nikmati dari beberapa versi seperti TV, radio, Koran, surat kabar dan masih banyak lagi yang lainnya. Dengan munculnya banyak kehadiran stasiun televisi nasional maupun lokal ,termasuk system televisi berlangganan. Setiap tayangan televisi yang ada seperti film, kuis dan lain-lain tentunya tidak bisa dipisahkan dengan adanya iklan. Dengan melalui adanya iklan televisi ini, para pembuat iklan berharap nanti hasil karyanya dapat diterima oleh pemirsa televisi.

Iklan adalah pesan ataupun berita yang bertujuan sebagai pemberitahuan kepada masyarakat luas dan khalayak ramai tentang produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan ataupun instansi terkait. Iklan sendiri pun terbagi menjadi berbagai macam jenis yaitu iklan komersial, iklan sosial, iklan layanan masyarakat. Iklan komersial adalah bentuk publikasi suatu produk dan layanan komersil yang bertujuan meningkatkan kepercayaan oleh pelanggan kepada suatu produk dan layanan yang di tawarkan. Iklan sosial adalah bentuk informasi ajakan yang mengharapkan kepedulian dari masyarakat. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Sementara itu fungsi iklan dalam pemasaran adalah memperkuat dorongan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk untuk mencapai pemenuhan kepuasannya.

Jasmine Cakery adalah perusahaan makanan yang memproduksi kue kukus maupun kue kering dengan berbagai macam aneka rasa kue. Jasmine Cakery saat ini melakukan promosi dengan menggunakan media Billbord, Brosur dan Web.

Berdasarkan urian yang tertera di atas maka dibuat penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Perancangan TVC (*TELEVISION COMMERCIAL*) Sebagai Media Promosi Toko Jasmine Cakery (studi kasus : Jasmine cakery)”.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang ada di atas maka dapat diambil pokok permasalahan yang ada sebagai berikut ;

“Bagaimana merancang TVC (*TELEVISION COMMERCIAL*) Sebagai Media Promosi Toko Jasmine Cakery ?

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk membahas multimedia agar lebih terfokus dalam pembahasannya ke dalam lingkup yang lebih terfokus yaitu :

1. Iklan televisi ini nantinya akan dibuat dengan durasi 30 detik.
2. Format video yang akan dibuat ini adalah (.mp4).
3. Software – software yang akan gunakan yaitu Adobe Photoshop CS6, Adobe After Effects CS6, Adobe Primer CS6, Adobe Soundbooth CS6.
4. Pengambilan gambar akan memakai kamera DSLR tipe Canon EOS 60D

## **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dan Tujuan Penelitian ini diharapkan sebagai pembaruan media promosi yang ada di Toko Jasmine Cakery dengan

### **1.4.1 Maksud Penelitian**

1. Memberi warna baru di perusahaan dalam media promosi.
2. Menarik perhatian konsumen tentang produk-produk yang di tawarkan.

### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

1. Mempromosikan Toko Jasmine Cakery melalui media promosi TV.
2. Membantu Perusahaan agar dapat meningkatkan media promosi produk yang sudah ada dan di harapkan dapat meningkatkan konsumen Toko Jasmine Cakery.
3. Menerapkan ilmu yang telah didapat selama masa studi di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

## **1.5 Metode Penelitian :**

### **1.5.1 Metode Observasi**

Metode Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap narasumber.

### **1.5.2 Metode Analisis**

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT dalam penelitian ini.

### 1.5.3 Metode Interview

Metode Interview dilakukan dengan cara melakukan wawancara terhadap narasumber yang ada.

### 1.5.4 Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan dilakukan dengan mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan penelitian.

### 1.5.5 Metode Pengembangan

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

### 1.5.6 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

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan serta sistematika penulisan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan di uraikan secara teoritis tentang konsep dasar system informasi dan multimedia, juga tentang konsep-konsep analisis dan perancangan system.

## BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini nantinya akan di uraikan analisis iklan, perancangan antar muka atau tampilan, serta perancangan proses

## BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan di implementasikan hasil dari analisis dan perancangan iklan yang telah dibuat.

## BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan akhir dari laoran penelitian. Bab berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk merefisi iklan.