

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini iklan adalah hal penting dalam meningkatkan suatu usaha baik berupa jasa maupun produk, iklan dapat diartikan sebagai pemberitahuan kepada orang ramai mengenai barang atau jasa yang dijual dan dipasang di dalam media masa, seperti surat kabar atau koran, majalah dan media elektronik seperti radio, televisi, dan internet.

Dari pengertian iklan tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan dibuat untuk menarik perhatian dan mendorong atau membujuk masyarakat agar memiliki atau memenuhi permintaan pemasang iklan. Politeknik Manufaktur Ceper Klaten yang merupakan salah satu lembaga pendidikan tinggi untuk menghasilkan tenaga profesional dalam bidang pengerjaan logam menyadari bahwa iklan merupakan hal penting dalam meningkatkan jumlah mahasiswa.

Salah satu keunggulan dari Politeknik Manufaktur Ceper Klaten adalah fasilitas yang lengkap senilai US\$ 5.000.000. Untuk lebih memperkenalkan Politeknik Manufaktur Ceper Klaten secara lebih luas lagi maka dibutuhkan strategi promosi yang baru dan mempunyai jangkauan yang lebih luas dari media promosi yang selama ini dilakukan, yaitu hanya melalui brosur. Untuk itu peneliti mencoba menawarkan strategi untuk mempromosikan Politeknik Manufaktur Ceper Klaten melalui media periklanan televisi sebagai salah satu sarana yang diharapkan dapat memperluas jangkauan promosi dan citra baik Politeknik Manufaktur Ceper Klaten.

Berdasarkan uraian diatas penulis mencoba membuat media periklanan. Untuk itu penulis mengangkat judul **“PERANCANGAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA POLITEKNIK MANUFAKTUR CEPER KLATEN”** dimana dengan membuat iklan tersebut maka jangkauan promosi Politeknik Manufaktur Ceper Klaten menjadi lebih luas dari jangkauan promosi sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat iklan televisi sebagai media promosi pada Politeknik Manufaktur Ceper Klaten?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak meluasnya pembahasan pada skripsi ini, maka masalah yang akan diteliti hanya pada batasan sebagai masalah berikut :

1. Iklan yang dibuat adalah iklan Video yang berdurasi 60 detik.
2. Teknik yang digunakan pembuatan iklan adalah *live shoot & Animasi*.
3. Ukuran video iklan ini adalah **HDV 720P**.
4. Format video iklan ini adalah (.MP4).
5. Software yang digunakan adalah Adobe After Effect, Adobe Premier Pro dan Adobe Audition.
6. Penelitian ini hanya sampai pada Uji coba iklan kepada pimpinan Politeknik Manufaktur Ceper Klaten.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Lebih memperluas jangkauan promosi dari media promosi sebelumnya.
- b. Membuat video iklan televisi sebagai media promosi pada Politeknik Manufaktur Ceper Klaten.
- c. Untuk memaksimalkan promosi yang berdampak pada peningkatan jumlah mahasiswa Politeknik Manufaktur Ceper Klaten.
- d. Mengembangkan diri dan profesionalisme dalam mempromosikan suatu barang maupun jasa yang dibutuhkan bagi suatu lembaga atau institusi di era komputerisasi saat ini.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini baik dalam menyelesaikan penulisan maupun menyelesaikan pembuatan iklan ditempuh melalui beberapa metode penelitian, yaitu :

1.5.1 Pengumpulan Data

- a. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini pengamatan dilakukan langsung pada Politeknik Manufaktur Ceper Klaten. Metode tersebut digunakan

untuk memperoleh data tentang lokasi-lokasi untuk pengambilan video di Politeknik Manufaktur Ceper Klaten.

b. **Metode Wawancara**

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara yang dilakukan dengan pihak petinggi dan mahasiswa Politeknik Manufaktur Ceper Klaten. Metode tersebut digunakan untuk memperoleh data tentang permasalahan promosi pada Politeknik Manufaktur Ceper Klaten.

c. **Metode Studi Pustaka**

Peneliti mengambil bahan-bahan dari perpustakaan dan internet yang ada hubungannya dengan masalah pada penelitian, metode tersebut digunakan untuk memperoleh landasan teori dalam menganalisa data.

1.5.2 Metode Analisis

Analisis SWOT Politeknik Manufaktur Ceper Klaten

Strength (Kelebihan) :

- a. Fasilitas kuliah yang nyaman dan lengkap.
- b. Memiliki mesin-mesin terkini senilai US\$ 5.000.000.
- c. Berada di wilayah perindustrian pengecoran logam.
- d. Link kerja sama yang sangat luas.
- e. Biaya kuliah yang terjangkau.
- f. Memiliki akreditasi B

Weakness (Kelemahan) :

- a. Promosi yang kurang maksimal.

- b. Belum banyak orang yang tahu bahwa ada Politeknik Manufaktur Ceper Klaten

Opportunity (Peluang) :

- a. Berkembangnya industri logam saat ini.
- b. Belum banyak lembaga pendidikan di bidang pengerjaan logam.
- c. Banyaknya lulusan sekolah menengah kejuruan jurusan pengecoran logam dan teknik mesin.
- d. Minat masyarakat akan pendidikan yang terjangkau dan berkualitas.

Threat (Ancaman) :

- a. Lemahnya kemauan akan pendidikan tinggi terutama pada lulusan sekolah menengah jurusan pengecoran logam dan teknik mesin.

1.5.3 Metode Perancangan Iklan

Proses pra produksi yang terdiri atas beberapa perencanaan seperti, proses pencarian ide, pembuatan storyboard, pembuatan rencana anggaran, pencarian kru dan talent, penentuan lokasi shooting, persiapan alat-alat shooting, property shooting.

1.5.4 Metode Pembuatan Iklan

Melakukan langkah-langkah produksi seperti proses ambil gambar video / take video, review hasil sementara, take video ulang jika diperlukan, dokumentasi hasil shooting dan rekaman audio. Setelah selesai tahap tersebut maka selanjutnya masuk ke tahap pasca produksi seperti

edit video, pemberian efek-efek video, pemberian animasi, penggabungan antara video dan audio, memeriksa hasil sementara dan jika sudah memuaskan maka masuk ke tahap rendering.

1.5.5 Metode Testing

Metode testing video iklan ini dilakukan dengan metode alpha dan beta dimana video iklan di presentasikan di depan pemesan. Jika pemesan meminta untuk memperbaiki video iklan maka akan dilakukan perbaikan sesuai dengan keinginan pemesan. Jika pemesan sudah puas dengan video iklan maka proses selanjutnya adalah penayangan video iklan di televisi oleh pihak pemesan.

1.6 Sistematis Penulisan

Adapun sistematis dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

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

BAB II. LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan secara teoritis tentang konsep dasar iklan dan perancangan iklan.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini diuraikan dan dijelaskan tahap pra produksi yang meliputi analisis dan perancangan iklan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dipaparkan tentang tahap produksi iklan dan menjelaskan pasca produksi iklan.

BAB V. PENUTUP

Kesimpulan dan saran dari hasil pembuatan iklan yang akan diuraikan dalam bab ini.