

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan modern sangat bergantung pada iklan. Tanpa iklan, para produsen dan distributor tidak dapat menjual barangnya, sedangkan disisi lain para pembeli tidak akan memiliki informasi yang memadai mengenai produk-produk barang dan jasa yang tersedia di pasar. Bila sebuah perusahaan ingin mempertahankan tingkat keuntungannya maka ia harus melangsungkan kegiatan-kegiatan periklanan secara memadai dan terus-menerus.

Kebun Buah Naga Sabila Farm yang bergerak dibidang perkebunan, mengalami permasalahan dalam mempromosikan tempat, fasilitas serta memasarkan jasa yang akan di tawarkan kepada konsumen sehingga konsumen terutama masyarakat Yogyakarta masih asing terhadap fasilitas dan jasa apa saja yang akan diberikan Kebun Buah Naga Sabila Farm.

Kebun Buah Naga Sabila Farm akan menggunakan media iklan televisi sebagai media untuk mempromosikan tempat, fasilitas serta memasarkan jasa yang ditawarkan, sehingga konsumen menjadi tertarik untuk menggunakan fasilitas dan jasa Kebun Buah Naga Sabila Farm karena melalui iklan tersebut konsumen memiliki informasi yang memadai.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul " **PEMBUATAN IKLAN**

TELEVISI PADA KEBUN BUAH NAGA SABILA FARM YOGYAKARTA

“ Sebagai Media Promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat di ambil rumusan masalah. Bagaimana membuat sebuah iklan televisi yang sesuai dengan standar televisi.

1.3 Batasan Masalah

Pembahasan skripsi “Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta” ini dibatasi pada :

1. Produksi Iklan Televisi Kebun Buah Naga Sabila Farm ini berdurasi 30 detik dengan menyajikan 3 konsep iklan yang berbeda.
2. Iklan Televisi Kebun Buah Naga Sabila Farm ditujukan pada televisi lokal untuk Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.
3. Model produksi iklan, pra produksi, produksi dan pasca produksi.
4. Software yang digunakan adalah *Adobe Premiere Pro CS 3* & *Adobe Photoshop CS3*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui profil Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta berbasis multimedia dapat digunakan secara optimal di bidang iklan televisi sebagai berikut :

1. Sebagai persyaratan kelulusan jenjang Strata-1 STMIK “Amikom” Yogyakarta.

2. Membuat iklan Televisi sebagai media promosi kepada masyarakat mengenai Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penulisan penelitian ini sebagai berikut :

1. Memperoleh gelar Sarjana Komputer.
2. Menarik minat konsumen untuk datang dan membeli buah naga di Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta.
3. Meningkatkan Citra Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Mendukung keakuratan informasi yang akan disampaikan, maka penulis mengambil beberapa metode pengumpulan data yaitu.

1.6.1 Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta.

1.6.2 Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan pemilik Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta yang dapat memberi informasi serta perizinan.

1.6.3 Metode Kepustakaan

Selain mengumpulkan data, dalam penyusunan skripsi ini juga dilakukan penelitian literature yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas, membaca buku-buku pustaka STMIK AMIKOM YOGYAKARTA sebagai referensi di dalam menganalisa data yang ada pada Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

Penyusunan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan, sehingga diharapkan akan lebih mudah untuk mengerti dan mendapat manfaat dari tulisan ini. Adapun uraian singkat mengenai isi tulisan ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan dan serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan diuraikan secara teoritis tentang konsep dasar sistem informasi dan multimedia, pengertian iklan, sejarah iklan televisi, konsep dasar iklan, manajemen periklanan, video dan perangkat multimedia yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini akan diuraikan tentang latar belakang Kebun Buah Naga Sabila Farm Yogyakarta, visi dan misi, analisis strategi merancang iklan, analisis kegiatan pra produksi.

