

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Didalam dunia bisnis, pertarungan merebutkan ceruk pasar yang ada merupakan hal yang harus dihadapi. Persaingan yang ketat dengan berbagai macam strategi yang digunakan adalah salah satu cara untuk mencapai target yang diinginkan. Ada banyak yang mencapai kesuksesan, namun ada juga yang justru harus gulung tikar karena kalah dalam persaingan.

Pamella merupakan salah satu supermarket yang sukses di Yogyakarta. Masuk dalam kategori supermarket terbesar dengan memiliki 6 cabang yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari, membuatnya memiliki banyak pesaing. Beberapa cara sudah dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya di Yogyakarta. Salah satunya adalah dengan menggunakan media promosi berupa iklan televisi. Akan tetapi, iklan yang dibuat kurang menarik dan sudah lama diproduksi.

Dalam pembuatan iklan televisi ini, penulis memasukan unsur multimedia. Multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio, dan gambar video (Robin dan Linda, 2001). Sehingga dengan memasukan unsur multimedia didalam sebuah iklan televisi akan menghasilkan iklan yang menarik dan interaktif. Harapannya dengan

membuat iklan televisi yang menarik, supermarket Pamela akan semakin dikenal dan dipercaya konsumennya.

Oleh karena itu, dalam pembuatan skripsi ini mengangkat sebuah judul “Iklan Televisi Supermarket Pamela berbasis Multimedia” dengan memasukan unsur multimedia sebagai analisa yang diangkat.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu “bagaimana cara membuat iklan televisi berbasis multimedia?”.

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini yang akan dibahas adalah pembuatan iklan televisi supermarket Pamela berbasis multimedia dengan batasan masalah sebagai berikut :

- 1 Pembuatan iklan ini ditujukan untuk memaksimalkan promosi yang sudah ada selama ini.
- 2 Studi kasus yang diambil adalah supermarket Pamela.
- 3 Software yang digunakan adalah Adobe After Effect CS 5 dengan software pendukung lainnya.
- 4 Difokuskan pada pembuatan iklan televisi.
- 5 Video iklan ini akan ditayangkan di RBTU.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pengetahuan tentang pembuatan iklan televisi dengan unsur multimedia.
2. Pengimplementasikan kemampuan yang sudah didapat selama kuliah di STMIK AMIKOM Yogyakarta mengenai multimedia.
3. Sebagai syarat kelulusan perkuliahan tingkat S1 jurusan teknik informatika di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penyusunan laporan skripsi ini adalah :

1. Dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman yang lebih luas berkaitan dengan multimedia khususnya dalam pembuatan iklan televisi.
2. Dapat memahami cara dalam memulai dan merencanakan suatu konsep pembuatan iklan televisi.
3. Memproleh wawasan dan pengalaman secara nyata dari penelitian yang dilakukan.

#### 1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut.

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

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

#### 1.6.1.1 Wawancara

Peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan pemilik Supermarket Pamela untuk mendapatkan data yang digunakan sebagai bahan dalam penelitian ini.

#### 1.6.1.2 Observasi

Melakukan pengamatan langsung ke objek yang bersangkutan yaitu semua Supermarket Pamela. Dengan surat ijin resmi dari kampus yang disetujui langsung oleh pemilik Supermarket Pamela, peneliti melakukan observasi dengan meninjau langsung ketempat Supermarket Pamela yang ada di daerah Yogyakarta.

#### 1.6.1.3 Studi Pustaka

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan membaca buku-buku referensi yang berkaitan dengan penelitian ini serta memanfaatkan fasilitas internet untuk mencari *tutorial* dan contoh-contoh iklan yang kemudian dijadikan acuan dalam pengerjaan penelitian ini.

### 1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis digunakan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi dan yang akan dihadapi oleh sebuah perusahaan atau organisasi. Untuk menggambarkan situasi tersebut, penggunaan analisis SWOT dirasa yang paling tepat untuk menganalisa situasi yang sedang dan yang akan dihadapi oleh supermarket Pamela.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan tahapan pertama dalam pembuatan iklan, yaitu tahap pra produksi. Pada tahap ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan televisi Supermarket Pamela berbasis Multimedia ini meliputi penentuan ide cerita, pengumpulan data, hingga pembuatan *storyboard*.

### 1.6.4 Metode Pengembangan

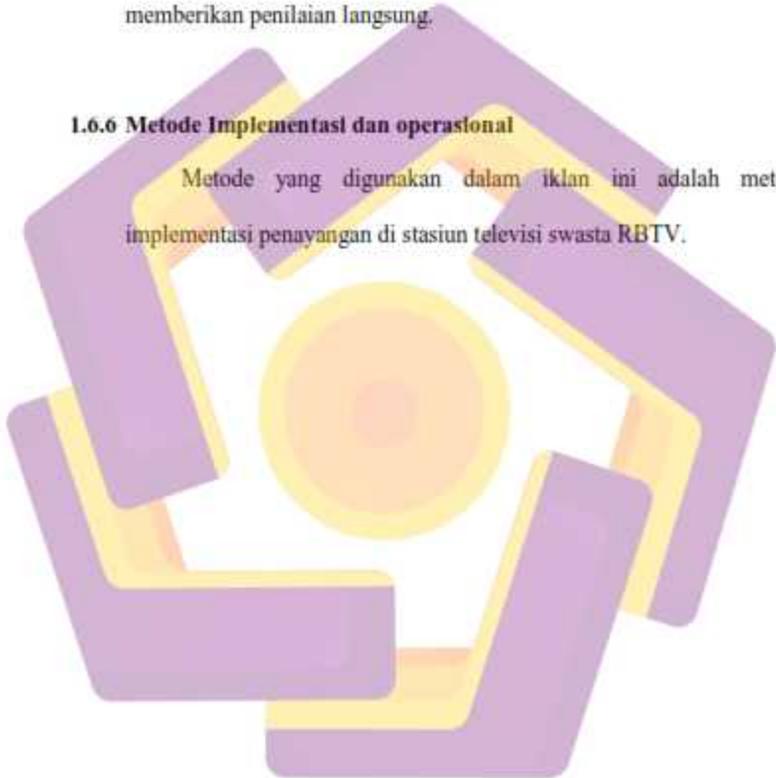
Metode pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan gambar, pembuatan animasi, hingga *editing video*. Setelah itu, tahapan selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review* hasil editing, pemberian *sound effect*, hingga tahap finishing berupa *rendering* dan *distributing*.

### **1.6.5 Metode Testing**

Metode testing yang dilakukan peneliti yaitu dengan memperlihatkan hasil video kepada objek yang terkait yaitu Supermarket Pamela, dimana ibu Pamela sebagai pemilik Supermarket Pamela yang memberikan penilaian langsung.

### **1.6.6 Metode Implementasi dan operasional**

Metode yang digunakan dalam iklan ini adalah metode implementasi penayangan di stasiun televisi swasta RBTV.



### 1.7 Sistematika Penulisan

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

#### BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

#### BAB II LANDASAN TEORI

Menguraikan berbagai teori yang mendukung dan mendasari penulisan penelitian ini.

#### BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini berisi penjelasan analisis dan rancangan sistem yang akan diimplementasikan pada bab selanjutnya

#### BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan lebih rinci dari perancangan dan hasil perancangan iklan

#### BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari sistem yang dibuat serta saran untuk pengembangan sistem yang lebih baik. Kesimpulan merupakan jawaban yang menjadi pokok permasalahan dari rumusan masalah. Saran yang diberikan merupakan harapan untuk pengembangan serta penyempurnaan dari hasil penulis.