

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan ilmu teknologi yang berkembang dengan cepat, turut membantu manusia dalam memasuki tata peradaban baru di era teknologi yang diciptakan untuk meringankan beban aktifitas di dalam kehidupan. Kecenderungan masyarakat untuk memperoleh informasi cepat dan tepat, termasuk dalam memberikan apresiasi terhadap informasi berupa profil perusahaan atau iklan yang disampaikan kepada mereka, merupakan suatu bentuk fenomena yang harus diperhatikan dan membangun strategi pemasaran yang dapat mencapai sasaran yang diminati masyarakat.

Dengan perkembangan teknologi, desain dan aplikasi multimedia mampu menjadi mediator bagi instansi untuk memberikan informasi mengenai keadaan kepada masyarakat. Media promosi iklan televisi ini dimaksudkan untuk mempermudah para calon pembeli di dalam melihat hasil kerajinan. Iklan ini nantinya berisi berbagai hasil kerajinan perusahaan yang ditampilkan dalam bentuk iklan di televisi yang dikemas secara menarik. Selain menampilkan detail produk di dalam iklan ini juga menampilkan para pengrajin di dalam proses memproduksi barang.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul **"Pembuatan Iklan Televisi Pada Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum Kotagede Yogyakarta"**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana cara meningkatkan penjualan produk pada Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum Kotagede Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup lebih kecil yaitu "Kerajinan Kulit" meliputi :

1. Iklan Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum ini dibuat dengan durasi (30) detik.
2. Iklan berisi produk kerajinan kulit dari Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum Kotagede Yogyakarta.
3. Teknik yang digunakan adalah live shoot.
4. Materi iklan dalam format AVI.
5. Hasil dari skripsi ini berupa media dengan berbentuk CD (*Compact Disc*).
6. Penayangan di stasiun televisi swasta oleh RBTv

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui profil Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum Kotagede Yogyakarta berbasis multimedia agar dapat digunakan secara optimal di bidang iklan televisi sebagai berikut :

1. Sebagai persyaratan menyelesaikan studi pada program studi strata-1 STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

2. Membuat iklan multimedia untuk memberikan informasi bagi masyarakat mengenai Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum Kotagede Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi peneliti :

Memperoleh gelar Sarjana Komputer di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA. Dan mengetahui berbagai macam bentuk kerajinan kulit sebagai referensi pembuatan iklan Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum Kotagede Yogyakarta serta menambah wawasan tentang proses terbentuknya aneka kerajinan kulit.

2. Manfaat bagi perusahaan :

Mengetahui seberapa penting media periklanan televisi sebagai alat untuk memperkenalkan produk ataupun perusahaan kepada masyarakat luas, agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya sehingga perusahaan mampu meningkatkan kualitas produknya guna mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian suatu barang.

3. Bagi masyarakat luas :

Untuk memberikan pandangan yang positif bagi masyarakat luas mengenai industri kerajinan kulit serta menjadi referensi yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian tempat (*applied research*). Yang memiliki kegunaan mengarahkan peneliti untuk mendapatkan informasi guna memecahkan masalah praktis dalam sebuah situasi seperti bagaimana melakukan penyampaian informasi dan promosi yang baik pada iklan Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum Kotagede Yogyakarta.

1.6.2 Unit Analisis

Sesuai dengan tujuan yang diinginkan dan juga jenis penelitian ini, maka yang menjadi unit analisis adalah Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum Kotagede Yogyakarta. Untuk keperluan mendapatkan data maka ditetapkan pemilik perusahaan tersebut sebagai narasumber.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

a. 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 Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum Kotagede Yogyakarta.

b. Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan pihak yang

berkepentingan pada Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum Kotagede Yogyakarta.

c. Metode Dekumentasi

Dalam metode ini penyusun mengambil data dari arsip-arsip atau dokumen dari instansi terkait.

d. Studi Pustaka

Teknik ini mempelajari sistem pembelajaran dengan bersumber dari buku-buku.

e. Metode Kepustakaan

Penelitian dengan mengambil bahan-bahan dari kepustakaan serta sumber lain yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, sehingga dapat diperoleh landasan teori dalam menganalisa data yang ada dalam pembuatan skripsi ini.

1.6.4 Teknik Perancangan Iklan

a. Merancang Konsep Iklan

Merancang konsep merupakan langkah awal setelah teknik pengumpulan data, di dalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, untuk dapat merancang konsep dalam membuat iklan sangat dibutuhkan kreativitas.

b. Merancang Isi Iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan dari merancang konsep atau implementasi dari strategi kreatif, merancang isi meliputi mengevaluasi dan memiliki daya tarik pesan, gaya dalam mengeksekusi pesan serta

menentukan tema yang akan diambil nantinya. Untuk merancang isi iklan ini biasanya dipilih dari keunggulan perusahaan yang sangat menonjol, meliputi keunggulan produksi, manajemen, dan sumber daya manusia.

c. Merancang Naskah Iklan

Dalam merancang naskah menentukan dialog dan urutan elemen-elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis naskah agar lebih efektif, misalnya memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata-kata yang digunakan untuk membidik pasar yang tepat, serta memperhatikan aspek-aspek yang menonjol untuk menghasilkan suatu iklan yang tepat sasaran.

d. Merancang Storyboard

Setelah naskah iklan dan rancangan selesai dibuat selanjutnya dituangkan dalam gambar nyata, yang dikenal dengan *Storyboard*. *Storyboard* merupakan serangkaian sketsa yang menggambarkan suatu urutan atau alur cerita dari elemen-elemen yang diusulkan.

e. Memproduksi Iklan

Tahap ini adalah aksi dari tahap-tahap yang telah dilakukan sebelumnya, memproduksi sistem multimedia dibagi dalam 3 tahap, yaitu tahap pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai isi dari skripsi ini, maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan diuraikan secara teoritis tentang konsep dasar sistem informasi dan multimedia, juga tentang konsep-konsep analisis dan perancangan sistem.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan akan diuraikan analisis system dan gambaran umum dari profil Pengrajin Kulit Sekar Sedhep Arum Kotagede Yogyakarta, dan menguraikan proses pra produksi yang meliputi analisis penentuan ide, penentuan tema, naskah, Storyboard, perancangan antar muka atau tampilan, serta rencana anggaran biaya yang akan dibutuhkan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan tahap-tahap implementasi sistem, yakni pemilihan perangkat keras dan perangkat lunak,

memproduksi sistem, pengetesan sistem, konversi sistem dan pemeliharaan sistem.

BAB V PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

