

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan selalu hidup dan berada kapan saja dan dimana saja di dalam kehidupan kita. Saat ini dunia periklanan dapat kita lihat dan dengar di televisi , radio , koran , surat kabar , maupun internet. Kekuatan iklan terletak pada bahasa , gambar ,serta pemrosesan yang kreatif dan komunikatif. Dalam rangka memenuhi maksud tersebut, maka iklan dalam memproduksi sebuah iklan, bahasa dan gambar atau ilustrasi hendaknya dikerjakan secara cermat.Karena pada dasarnya iklan sangat berperan penting untuk memikat hati masyarakat untuk menyukai hal yang di dalam iklan tersebut.

BUCINI THE BEAUTY OF LEATHER merupakan Industry kerajinan berbahan kulit yang sebagian besar produknya di export dan mampu berkompetisi dalam kancan nasional maupun internasional. Pada awalnya perusahaan ini mulai memproduksi produk kulit dari garasi rumah di desa Rejowinangun , kotagede,Yogyakarta. Namun seiring berjalannya waktu dan semakin membesarnya perusahaan ,maka dibangunlah workshop yang lebih besar di desa klodangan , berbah , Sleman . BUCINI THE BEAUTY OF LEATHER menjalin kerjasama dengan pihak asing (buyer Eropa dan Australia) untuk dipercaya memproduksi , tas kerja pria dan wanita , tas fashion untuk wanita , dompet , dan sepatu kulit.

BUCINI THE BEAUTY OF LEATHER telah mengupayakan berbagai macam usaha untuk mempromosikan perusahaannya di media sosial , tetapi hasil yang diharapkan dirasa kurang maksimal. Media iklan televisi diduga hal yang paling tepat untuk mengatasi kekurangab dan memaksimalkab upaya promosi yang ada selama ini dengan iklan televisi harapannya para pelaku fashion lokal dapat mengetahui dan menikmati produk dari BUCINI dengan harga dan kualitas bagus kepada masyarakat luas. Berdasarkan hal tersebut diatas produk umum dari perusahaan ini adalah segala kerajinan dari bahan kulit, tetapi sekarang ini lebih banyak memproduksi tas dan sepatu .Segmentasi : Middle – High Class dan target pasar: orang yang menyukai produk kulit asli yang terlihat alami. Berdasarkan hal tersebut , penulis tertarik untuk membantu perusahaan untuk membuat iklan televisi dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul : Perancangan Iklan Televisi Pada Brand BUCINI THE BEAUTY OF LEATHER Sebagai Media Promosi .

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas. Maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu :bagaimana cara membuat sebuah iklan televisi yang dapat memaksimalkan upaya promosi yang ada selama ini , serta dapat menarik minat masyarakat Middle dan High Class yang menontonnya .

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi dengan ruang lingkup yang lebih kecil , yaitu;

1. Dalam pembuatan iklan ini ditujukan untuk memaksimalkan promosi yang telah diterapkan oleh perusahaan saat ini.
2. Tahap memproduksi iklan yang meliputi tahap pra produksi ( penetapan ide cerita , pembuatan naskah cerita , pembuatan storyboard ) , tahap produksi ( tata setting , tata suara , tata cahaya ) dan tahap pasca produksi ( editing , pemberian efek , perekaman efek suara , pencampuran audio dan video ) .
3. Software yang akan digunakan dalam proses editing adalah Adobe Premier Pro , adobe After Effect , serta software pendukung lainnya.
4. Proses perekaman dan pengambilan gambar menggunakan sebuah kamera DSLR .
5. Teknik yang digunakan adalah livenesshoot.
6. Iklan akan tayang pada stasiun televisi .

#### **1.4 Maksud Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan secara garis besar adalah sebagai berikut:

Mengenalkan perusahaan kepada masyarakat luas baik dari kalangan Middle sampai High Class melalui media iklan televisi .

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Dapat menerapkan unsur-unsur dalam pembuatan iklan di televisi .
2. Menerapkan teknik-teknik pengeditan video yang sudah dikuasai .

## **1.6 Metode Penelitian**

Untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian ini , maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut :

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Wawancara**

Metode ini digunakan penulis untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai BUCINI THE BEAUTY OF LEATHER dan permasalahan yang akan diteliti.

#### **2. Observasi**

Metode ini digunakan penulis untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ketempat penelitian untuk mengamati dan menentukan point-point penting yang akan terjadi obyek pembuatan iklan.

#### **3. Metode Literatur**

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet , jurnal , skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

### **1.6.2 Metode Analisis Data**

Analisis terhadap obyek yang akan diambil sumber datanya untuk keperluan pembuatan iklan.

### 1.6.3 Metode Perancangan / Pembuatan

Merancang proses pra produksi yang nantinya dapat mempermudah dalam proses pembuatan iklan.

### 1.6.4 Tahap Implementasi

Iklan yang sudah di ANALISA & di RANCANG secara rinci dengan program yang sudah dipilih dan diseleksi, maka tibalah saatnya iklan tersebut untuk di implementasikan.

### 1.6.5 Tujuan Penulisan

1. Untuk mengkaji mengenai rangkaian iklan, baik software maupun hardware dalam bentuk informasi yang terpusat pada iklan .
2. Untuk melakukan UJICOBA mengenai perangkat lunak sistem (software) maupun perangkat keras (hardware) sebagai sarana pengolah data dan sekaligus penyaji video yang dibutuhkan dalam rangkaian .

### 1.6.6 Sistematika Penulisan

Seperti laporan ilmiah pada umumnya , maka penulis menggunakan skripsi sebagai berikut :

#### 1. BAB I. PENDAHULUAN

Bagian ini menggunakan latar belakang masalah , perumusan masalah , batasan masalah , maksud dan tujuan , metode pengumpulan data , serta sistematika penulisan .