

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 di ciptakan untuk meringankan beban aktifitas di dalam kehidupan, baik itu perusahaan atau pun perseorangan yang tercakup di dalam berbagai bidang. Sebuah konsekuensi logis dari penerapan teknologi yang unggul adalah terciptanya kemajuan usaha yang memanfaatkan aplikasi teknologi yang berdaya guna dan tepat guna serta kualitas sumber daya pengolah dan kelengkapan infrastruktur penunjang yang memadai salah satu keunggulan dari suatu perusahaan adalah dengan memanfaatkan salah satu kemajuan ilmu dan teknologi, di antaranya yaitu teknologi multimedia. Kecendrungan masyarakat untuk memperoleh informasi cepat dan tepat, termasuk dalam memberikan apresiasi terhadap informasi berupa profile perusahaan atau iklan yang di sampaikan kepada mereka, merupakan suatu bentuk fenomena yang harus di perhatikan dan membangun strategi pemasaran yang dapat mencapai sasaran yang di minati masyarakat.

Dengan perkembangan teknologi, desain dan aplikasi multimedia mampu menjadi mediator bagi instansi untuk memberikan informasi mengenai keadaan instansi itu kepada masyarakat. Hal ini di karenakan desain dan aplikasi multimedia dapat menghasilkan tampilan-tampilan yang menarik, karena informasi yang menarik mudah di ingat dan mengena pada sasaran akan sangat

mempengaruhi selera konsumen serta citra suatu perusahaan Tiga Putra tembaga merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kerajinan tembaga yang setiap hari memproduksi berbagai macam kerajinan. Di dalam pemasarannya Tiga Putra Tembaga hanya mengandalkan pameran-pameran yang diadakan hampir setiap bulan. Letak perusahaan yang hanya berada di Boyolali tentu berdampak pada sulitnya menarik para calon pembeli. Karena calon pembeli tidak efisien di dalam melihat detail produk barang yang ditawarkan. Pembuatan 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. Sehingga detail produk dapat terlihat lebih jelas. Selain menampilkan detail produk di dalam iklan ini juga menampilkan para pengrajin di dalam proses memproduksi barang. Diharapkan dengan adanya iklan televisi ini dapat menarik minat para calon pembeli.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul " **PEMBUATAN IKLAN KERAJINAN TEMBAGA PADA CV. TIGA PUTRA TEMBAGA BOYOLALI** "

1.2 Rumusan Masalah

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

Bagaimana membangun iklan perusahaan pada Tiga Putra Tembaga Boyolali dengan menggunakan teknologi multimedia yang dapat di gunakan secara optimal pada bidang iklan televisi.

1.3 Batasan Masalah

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

1. Iklan Tiga Putra Tembaga ini dibuat dengan durasi 30 detik.
2. Iklan berisi produk kerajinan tembaga dari Tiga Putra Tembaga Boyolali.
3. Adapun software yang digunakan adalah Adobe Premiere Pro CS3, Adobe Photoshop CS3 dan Adobe Soundbooth CS3.
4. Teknik yang digunakan adalah *liveshoot*.
5. Materi iklan dalam format AVI.
6. Hasil dari skripsi ini berupa media dengan berbentuk CD (*Compact Disc*).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui profil Tiga Putra Tembaga Boyolali 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 multimedia untuk memberikan informasi bagi masyarakat mengenai Tiga Putra Tembaga Boyolali.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi peneliti :

Mengetahui berbagai macam bentuk kerajinan tembaga sebagai referensi pembuatan iklan Tiga Putra Tembaga serta menambah wawasan tentang proses terbentuknya aneka kerajinan tembaga.

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 tembaga serta menjadi referensi yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian terapan (*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 Tiga Putra Tembaga Boyolali.

1.6.2 Unit Analisis

Sesuai dengan tujuan yang diinginkan dan juga jenis penelitian ini, maka yang menjadi unit analisis adalah CV.Tiga Putra Tembaga Boyolali. 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 Tiga Putra Tembaga Boyolali.

b. Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan pihak yang berkepentingan pada Tiga Putra Tembaga Boyolali.

c. Metode Dokumentasi

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 memilih 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 iklan 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 animasi 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. Menproduksi Iklan

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

1.7 Sistematika Penulisan

Pembuatan skripsi ini meliputi beberapa bab, yaitu 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 LANDASAN TEORI

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 diuraikan analisis sistem, perancangan antar muka atau tampilan, serta perancangan proses.

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