

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Di era globalisasi ini para pengusaha menginginkan usaha ingin cepat berkembang dan maju tapi disisi lain masih banyak sekali para pengusaha tidak mengerti bagaimana cara mengembangkan usahanya tersebut, sehingga perusahaan mereka tidak bisa melangsungkan pertaruangannya di dunia bisnis/usah karena kalah dalam memasang iklan dan kurang minatnya masyarakat luas berakitab perusahaannya tidak mendapatkan konsumen dan wal hasil perusahaan mengalami kebangkrutan.

Disisi lain banyak perusahaan yang tahu tapi tidak mengerti cara mengembangkan usahnya dengan melakukan promosi besar-besaran diberbagai media meskipun begitu mereka tidak tahu bagaimana cara mereka mempromosikan perusahaan yang efektif dan efisien serta mudah dikenal oleh masyarakat luas sehingga mereka hanya membuang dana promosi mereka dengan sia-sia disebabkan mereka dalam menggunakan promosi tidak menggunakan strategi dan pemasangan iklan yang tepat.

Untuk itu penulis mencoba untuk menguap tentang proses dan perancangan iklan beserta strateginya di media elektronik khususnya di PT. MSV Yogyakarta. Sehingga ini bisa dijadikan sebagai pedoman dan acuan bagi para

pengusaha memasang iklan mereka agar lebih tepat dan mengenai sasaran yang dibidik.

Bukan hanya itu proses dan merancang saja tapi juga penulis mencakup strategi yang digunakan yaitu berupa strategi marketing. Sehingga para pengusaha atau calon pengusaha dapat mempelajari skripsi ini dan bagi objek penelitian bisa menaikkan rating pemasangan iklan sesuai dengan standar periklanan. Sehingga periklanan nasional bisa bersaing dengan periklanan luar negeri, jika demikian para pengusaha bisa mendapatkan pelanggan / konsumen sebanyak-banyaknya.

#### **A. RUMUSAN MASALAH**

Perkembangan teknologi informasi sekarang tidak bisa dibendung lagi apalagi perkembangan dunia periklanan begitu pesatnya sehingga memerlukan inovasi dan kreatifitas yang tinggi untuk bisa membuat iklan yang mudah dikenal dan menjadi konsentrasi tersendiri bagi audience.

Untuk dapat menyelesaikan masalah sesuai yang diharapkan, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang ingin dipecahkan adalah bagaimana membuat Iklan Televisi yang efektif.

#### **B. BATASAN MASALAH**

Pembuatan iklan televisi memerlukan berbagai penelitian dan strategi baik melalui proses maupun perancangan iklan itu sendiri. Agar bisa berjalan sesuai yang diharapkan oleh para pemasar, sehingga memerlukan para ahli untuk bisa membuat di media elektronik maupun cetak. Dalam pembuatan perancangan

iklan ini, maka penulis membatasi cakupan yang akan dibahas dilingkungan analisis dan strategi Pembuatan Iklan Televisi.

Dalam hal ini penulis akan menggunakan beberapa software yang akan digunakan untuk paska produksi dengan menggunakan beberapa software bawaan adobe, diantaranya;

1. Adobe Premier sebagai media rendering dan penggabungan animasi
2. Adobe After Effect sebagai media pembuatan animasi teks dan background tambahan agar iklan terlihat lebih menarik.

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan tujuan penelitian ini penulis akan mengungkapkan beberapa tujuan diantaranya adalah;

1. Untuk mengetahui apa yang disebut dengan iklan televisi.
2. Untuk mengetahui persiapan apa saja yang harus dilakukan dalam pembuatan iklan televisi di MSV.
3. Agar lebih tahu bagaimana prosedur dan strategi apa yang digunakan dalam pembuatan iklan televisi

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Dilihat dari kacamata efisiensi dan efektif serta keakurasi dalam pemasangan periklanan di media elektronik maka penulis mencoba mengungkap manfaat apa saja yang terkandung didalamnya;

1. Untuk mengetahui apa yang disebut dengan iklan televisi.
2. Untuk mengetahui persiapan apa saja yang harus dilakukan dalam pembuatan iklan televisi di MSV.
3. Untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan untuk melakukan penerapan iklan televisi di MSV sehingga bisa tepat sasaran.

#### **E. METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian adalah dengan cara mengumpulkan data baik itu data primer maupun data sekunder, adapun data primer adalah pengumpulan dilakukan dengan cara menanyakan langsung kepada objek. Sedangkan data sekunder adalah pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data dari buku yang terkait dengan tema tersebut.

## F. SISTEMATIKA PENULISAN

Agar skripsi ini mudah dipahami dan dimengerti maka penulis menggunakan sistematika penulisan berdasarkan huruf abjad adapun cakupan sistematika adalah sebagai berikut;

### BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan mencakup beberapa sub, yaitu : latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori ini menyangkut segala teori yang berhubungan dengan periklanan televisi dan pengertian tentang Iklan Televisi itu sendiri

### BAB III TINJAUAN UMUM TENTANG PERUSAHAAN

Sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan PT. Mataram Surya Visi Yogyakarta, baik itu berupa profil kompeni, visi dan misi serta pelayanan apa saja yang diberikan oleh MSV kepada konsumen

### BAB IV ANALISIS PERANCANGAN IKLAN TELEVISI

Dalam bab ini penulis mengemukakan analisis-analisis yang berhubungan dengan perancangan iklan

## BAB V IMPLEMENTENTASI PERANCANGAN IKLAN TELEVISI

Bab ini mencakup implementasi dalam pembuatan periklanan televisi

## BAB IV PENUTUP

Bab ini mencakup dua sub, yaitu Kesimpulan dan saran-saran

