

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah.

Upaya promosi guna mendapatkan konsumen bukanlah proses yang mudah. Melalui penelitian yang dilakukan di objek penelitian Mebel Sartono Art Klaten, ditemukan kendala dalam pengembangan perusahaan tersebut karena media promosi yang diupayakan dirasa kurang efektif. Pihak Mebel Sartono Art Klaten telah mengupayakan usaha untuk mempromosikan produknya, tetapi hasil yang diharapkan dirasa masih kurang maksimal. Bahwa upaya promosi melalui iklan di media cetak seperti majalah telah dilakukan oleh Mebel Sartono Art Klaten dan dirasa kurang memperoleh hasil maksimal.

Mebel Sartono Art adalah mebel yang beralamatkan di Jl Raya Klaten – Solo KM 8. Penggung, Jambukulon, Ceper, Klaten dan didirikan pada tahun 1989. Diharapkan dengan adanya iklan ini bisa membantu masyarakat yang ingin mencari Mebel Sartono Art Klaten dan bisa membantu meningkatkan pendapatan Mebel Sartono Art Klaten.

Upaya promosi melalui media iklan televisi diharapkan mampu memperluas penyebaran informasi mengenai produk Mebel Sartono Art Klaten kepada masyarakat yang lebih luas di segala segmen. Berdasarkan hal tersebut diatas penulis membantu perusahaan membuat iklan televisi dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul **“PERANCANGAN DAN**

PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI MEBEL SARTONO ART KLATEN DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat iklan televisi pada Mebel Sartono Art menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai rumusan masalah diatas maka batasan masalah yang di lampirkan yaitu :

1. Software yang digunakan adalah, Adobe illustrator CC ,Adobe After Effect CC, Adobe Audition CC, dan Adobe Premier Pro CC.
2. Pembuatan iklan dalam penelitian ini meliputi pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
3. Iklan ini dibuat untuk ditayangkan melalui media stasiun televisi lokal RBTV yang memiliki *coverage area* wilayah di yogyakarta dan sekitarnya.
4. Penelitian ini dilakukan di Mebel Sartono Art.
5. Iklan yang disajikan berdurasi 45 detik.
6. Menggunakan resolusi HDTV 1920 x 1080p 25 *frame per second*
7. Pembuatan video iklan ini hanya sampai uji coba iklan kepada pihak Mebel Sartono Art satu kali oleh pihak Mebel Sartono Art.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Membuat iklan tv sesuai dengan kebutuhan objek agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.
2. Membantu Mebel Sartono Art bersaing dengan competitor dimata klien dan masyarakat.
3. Sebagai salah satu syarat untuk penulis menyelesaikan pendidikan program Sastra 1 program studi sistem informasi pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
Menerapkan ilmu yang didapatkan selama belajar di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan menggunakan aplikasi Adobe Premiere, Adobe After Effect
2. Bagi Mahasiswa
Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan refrensi bagi mahasiswa UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta dalam membuat iklan televisi
3. Bagi Mebel Sartono Art
Dapat membantu Mebel Sartono Art dalam mempromosikan perusahaan mebel antik kepada masyarakat
4. Bagi Masyarakat Luas
Dapat memberikan informasi tentang produk dan Mebel Sartono Art

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode ini digunakan untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapat informasi yang dibutuhkan mengenai Mebel Sartono *Art* dan permasalahan yang akan diteliti.

2. Observasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian dalam hal ini Mebel Sartono Art Klaten untuk mengamati dan menentukan poin-poin penting yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

3. Literatur

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

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Oportunity, Threat*) yaitu dengan menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) Mebel Sartono Art.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode pembuatan iklan televisi Mebel Sartono Art Klaten ini adalah perancangan yang terdiri dari beberapa langkah yaitu Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

1.6.4 Metode Testing

Peneliti melakukan testing menggunakan metode kuisioner pada mahasiswa dan masyarakat umum guna mendapatkan hasil respon yang maksimal, dan penayangan hasil akhir video iklan dihadapan objek penelitian dan penayangan di stasiun televisi lokal di yogyakarta.

1.7 Sistematika Penelitian

Agar lebih mudah dimengerti, sistematika penyusuna laporan skripsi ini di bagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan dan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode testing dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka, konsep dasar video, iklan televisi, *motion graphic*, *live shoot*, memproduksi iklan televisi, dan metode analisis

BAB III ANALISI DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini berisi profil singkat Mebel Sartono Art Klaten, pembahasan mengenai ide cerita, naskah, *Storyboard*, dan analisis mengenai pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab yang membahas proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas, yaitu tahap produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang bersifat konstruktif yang dapat digunakan sebagai bahan peninjauan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber ataupun buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi