

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan jasa maupun dagang sudah banyak jenisnya, setiap perusahaan tentu membutuhkan media informasi untuk menyampaikan produk atau jasa perusahaan tersebut kepada masyarakat luas. Dalam dunia usahapun pasti memiliki pesaing badan usaha yang lain. Memberikan produk serta pelayanan yang baik setiap harinya merupakan keharusan dalam perusahaan, namun pesan tersebut tidak selalu dapat tersampaikan kepada masyarakat umum.

Hassa Batik adalah perusahaan yang bergerak dibidang jual beli kain dan kemeja batik yang beralamat di Jl. HOS Cokroaminoto No.170A, Tegalrejo, Kota Yogyakarta. Hassa Batik memproduksi kemeja batik dengan sasaran pasar remaja namun kemeja batik yang telah dibuat yang tidak terjual seluruhnya akhirnya numpuk di gudang. Hassa Batik sendiri berniat untuk mengurangi stok kemeja tersebut, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Iklan dalam bentuk video diyakini dapat menarik lebih banyak pelanggan, karena dengan gabungan suara dan gerakan membuat iklan tampak lebih hidup dan menimbulkan rasa kepercayaan dari pelanggan.

CV. Hassa Batik Yasaguna telah mengupayakan berbagai macam usaha untuk mempromosikan produk serta perusahaanya. Hasil yang diharapkan dirasa masih kurang maksimal, berdasarkan pengunjung atau pembeli yang datang di

toko Hassa Batik dalam 7 hari terakhir rata-rata tiga sampai lima orang pengunjung tiap harinya dan yang memesan melalui media online mencapai 15 samapi 20 setiap harinya. Begitu juga dalam hal media promosi yang digunakan, karena dalam media brosur dan poster dalam media sosial tidak menggunakan unsur suara dan video. Media iklan televisi diduga hal yang paling tepat untuk mengatasi kekurangan dan memaksimalkan upaya promosi yang ada selama ini. Dengan iklan televisi harapannya dapat membantu untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, maka judul penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi C.V Hassa Yasaguna Mulia Yogyakarta” Untuk berupaya semaksimal mungkin membuat sebuah iklan televisi untuk meninformasikan Hassa Batik dikalangan masyarakat luas pada umumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar paparan latar belakang diatas maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu, bagaimana merancang dan membuat iklan televisi pada Hassa Batik Yogyakarta dengan metode live shoot ?

1.3 Batasan Masalah

Karena luasnya dalam penyusunan laporan ini, maka peneliti membatasi hanya beberapa hal berikut ini:

1. Iklan Hassa Batik berdurasi 30 detik.
2. Iklan ini direkam menggunakan kamera mirrorless.

3. Menggunakan format *file* video .mp-4 dengan kualitas Full HD 1080p dengan resolusi 1920x1080p dan 25 *frame per second*.
4. Iklan akan diserahkan pada pihak Hassa Batik.
5. Iklan akan ditayangkan di televisi untuk 1 kali penayangan di RBTV.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

1. Menggunakan unsur video dalam mengiklankan produk Hassa Batik.
2. Menjadikan penelitian ini sebagai pembelajaran dengan mempraktikkan ilmu yang telah didapat selama di bangku kuliah Universitas Amikom Yogyakarta.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui standart penayangan *broadcasting* Indonesia.
2. Menampilkan promo kemeja 1530.
3. Menampilkan beberapa macam produk dan jenis kain batik.
4. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana program studi STRATA-1 di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
5. Memperkenalkan Hassa Batik Yogyakarta, agar masyarakat tertarik untuk berkunjung.
6. Memperlihatkan produk yang dijual Hassa Batik.
7. Menambah media promosi Hassa Batik untuk kegiatan periklanan.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan beberapa tahap penelitian sebagai berikut :



1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan, maka metode pengumpulan data serta informasi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut.

a. Metode Wawancara

Peneliti melakukan tanya jawab langsung dengan pemimpin atau karyawan dari Hassa Batik

b. Metode *Observasi*

Penelitian dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti berupa produk yang dijual dan kelebihan produk untuk kebutuhan pengambilan gambar.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dan kebutuhan sistem.

1.5.3 Metode Perancangan

Merupakan tahapan perancangan dalam pembuatan video iklan, hal ini meliputi perencanaan konsep dan hal-hal yang patut untuk dirancang dalam pembuatan iklan di Hassa Batik.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan yang dilakukan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan gambar hingga menganimasikan gambar. Setelah itu,

tahap selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*. Pemberian sound *effect* hingga tahap *finishing* berupa *rendering* dan *distributing*.

1.5.5 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan untuk memastikan bahwa hasil produksi multimedia sesuai yang direncanakan kepada objek.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahan, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka pembuatan iklan , teori multimedia.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis perancangan iklan, mulai dari pembuatan alur cerita serta tahapan pra produksi, seperti pembuatan ide cerita dan *storyboard* yang digunakan untuk video iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menerangkan tentang pembuatan iklan dan pembahasan tentang iklan yang dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi.

