

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah Usaha Pakaian di Gamping Yogyakarta yaitu “STUPIDIOT CLOTHING” adalah Usaha Pakaian yang menjual bermacam-macam produk kebutuhan masyarakat. Macam-macam produk seperti baju, jaket, celana, tas dan lainnya. Produk ini masih diperjualkan dirumah terdapat di tengah-tengah perkampungan sehingga tidak banyak yang tau adanya Usaha Pakaian tersebut.

Usaha Pakaian STUPIDIOT CLOTHING ini masih jarang terdengar oleh masyarakat khususnya Yogyakarta karena Usaha tersebut saat ini proses penjualannya masih melalui perantara tidak ke konsumennya langsung. Di karenakan *brand* usaha ini belum dikenal banyak orang sehingga tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk usaha ini kurang.

Melihat adanya permasalahan diatas penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Dan Perancangan Iklan Televisi pada Stupidiot Sablon Sebagai Media Promosi” untuk berupaya semaksimal mungkin membuat sebuah iklan televisi yang diharapkan lebih banyak pengunjung serta lebih terkenal dikalangan masyarakat luas pada umumnya, dan BRAND ini dapat di percaya oleh masyarakat luas sehingga konsumen dapat langsung ke Usaha ini tanpa harus melalui perantara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, permasalahan yang dapat diangkat adalah bagaimana cara merancang dan membuat iklan televisi pada Stupidiot Sablon Sebagai Media Promosi.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian ini hanya dibatasi pada :

1. Promosi iklan berbentuk Video.
2. Iklan menggunakan teknik live shot
3. Iklan ini nantinya akan digunakan sebagai media promosi Stupidiot clothing di televisi.
4. Target dari video ini nantinya akan ditujukan untuk remaja sampai orang tua dari 14 sampai 50 tahun.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini, yaitu sebagai berikut :

1. Merancang sebuah iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan Usaha Stupidiot Sablon.
2. Memperkenalkan Usaha Stupidiot Sablon ke masyarakat, agar masyarakat tertarik untuk berkunjung dan membeli serta menggunakan produk mereka.

3. Memperlihatkan kelengkapan-kelengkapan barang yang dijual serta pembuatan produk.
4. Meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap Usaha Stupidiot Sablon.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah:

1. Manfaat bagi penulis
 - a. Memperoleh gambaran nyata tentang informasi pada Usaha Stupidiot Sablon.
 - b. Dapat menambah pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut Perancangan Iklan Televisi.
 - c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program S1 Sistem Informasi Universitas "AMIKOM" Yogyakarta.
2. Manfaat bagi Usaha Stupidiot Sablon
 - a. Memberikan masukan dan gambaran kepada Usaha Stupidiot Sablon tentang periklanan televisi.
 - b. Menambah media informasi Usaha Stupidiot Sablon untuk kegiatan periklanan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan antara lain :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara (*Interview*)

Mengadakan tanya jawab langsung kepada pemilik usaha untuk mencari data tentang usaha sablon stupidiot clothing untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

b. Pengamatan Langsung (*Observasi*)

Penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu beberapa produk yang dijual dan cara produksinya untuk kebutuhan pengambilan gambar, untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

c. Metode Kearsipan

Meneliti data-data yang diperoleh dari arsip usaha sablon stupidiot clothing, untuk mengetahui data-data asli seperti tanggal peresmian dan lainnya.

d. Perpustakaan (*library*)

Cara yang dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah dan lain-lainya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan televisi.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis kebutuhan akan menjelaskan mengenai apa saja yang dibutuhkan dalam proses pembuatan maupun dalam proses penerapan video iklan.

1.6.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan gambaran bagaimana iklan dibentuk sesuai rancangan iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan usaha Stupidiot Clothing.

1.6.4 Pengambilan Gambar dan Editing

Tahap ini mengambil dan membuat sebuah bentuk iklan proses pembuatan produk tersebut dan merancang iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan usaha Stupidiot Clothing.

1.6.5 Produksi

Setelah pembuatan video iklan selesai diproduksi, penulis akan memberikan hasil video tersebut ke pemilik Stupidiot Sablon, proses ini merupakan tahap akhir sebelum pihak perusahaan menyetujui dan menerima penerapan video iklan tersebut.

1.6.6 Metode Implementasi

Meletakkan sebuah iklan televisi untuk ditayangkan. Tahap ini meliputi penayangan iklan.

1.6.7 Evaluasi

Tahap ini merupakan pengumpulan data sesuai dengan kebutuhan Stupidiot Sablon yang dilakukan oleh pihak Stupidiot Sablon.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitannya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan televisi untuk media informasi, seperti konsep dasar iklan, konsep dasar software yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan iklan televisi secara umum, perancangan pembuatan iklan berdasarkan rumusan masalah yang ada.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoperasian iklan dan implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari proses pembuatan iklan televisi dan saran untuk memperbaiki iklan yang sudah dihasilkan untuk masa yang akan datang.

