

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada umumnya setiap industri batik dalam menjalankan kegiatan usahanya tentunya mempunyai keinginan agar produknya dapat terjual seperti yang diharapkan. Dalam hal ini perusahaan menghadapi persaingan yang semakin ketat, sehingga perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat.

Dalam strategi pemasaran meliputi produk, price, place dan promotion. Promosi merupakan kegiatan perusahaan yang tujuan utamanya untuk meningkatkan volume penjualan. Periklanan merupakan bagian dari promosi yang tujuannya antara lain untuk memperkenalkan barang yang diproduksi oleh industri batik, menciptakan kesan dan memberikan informasi kepada konsumen, dengan periklanan yang tepat maka akan tercapai suatu hasil yang diharapkan dan nantinya dapat mempengaruhi tingkat volume penjualan.

Oleh karena itu sebuah industri batik harus memaksimalkan kegiatan periklanan demi kemajuan dan kelangsungan hidup perusahaan. Mengingat dengan semakin ketatnya persaingan dalam menembus pasar, maka diperlukan suatu perencanaan yang tepat atas pembuatan periklanan tersebut. Sehingga target volume penjualan tercapai sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

Pada industri batik kebon indah, kegiatan periklanannya kurang efektif yaitu hanya menggunakan pameran dan selebaran. Sedangkan media yang

digunakan perusahaan pesaing lainnya lebih variasi dan lebih efektif. Oleh karena itu, penulis terdorong untuk mengadakan penelitian tentang judul skripsi “Analisis Dan Perancangan Periklanan Berbasis Multimedia Guna Meningkatkan Penjualan Pada Industri Batik Kebon Indah Bayat”.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah tersebut dapat dirumuskan beberapa pertanyaan sebagai berikut :

- a. Bagaimana merancang sebuah iklan promosi penjualan berbasis multimedia yang menarik bagi konsumen ?
- b. Bagaimana peranan periklanan dalam meningkatkan volume penjualan pada BATIK KEBON INDAH ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam kasus ini penyusun akan menitikberatkan permasalahan pada sebuah periklanan televisi sebagai media informasi dan promosi yang dapat meningkatkan volume penjualan pada industri BATIK KEBON INDAH maka batasan masalahnya yaitu Lingkup penelitian dilakukan pada industri BATIK KEBON INDAH.

Analisis dan perancangan periklanan berbasis multimedia sebagai sarana informasi dan promosi pada industri BATIK KEBON INDAH menggunakan software :

- a. Menggunakan sistem operasi windows 7 sebagai sistem operasi.
- b. Adobe Premiere Pro CS3 sebagai pembuatan iklan.
- c. Adobe Soundbooth CS3 sebagai editor suara

- d. Mozilla firefox sebagai web browser

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

- a. Membuat iklan televisi untuk BATIK KEBON INDAH.
- b. Menambah wawasan dan pengalaman dengan terlibat langsung dalam pembuatan periklanan tersebut.
- a. Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diajarkan di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat dirasakan dari hasil penelitian ini diantaranya:

- a. Bagi BATIK KEBON INDAH

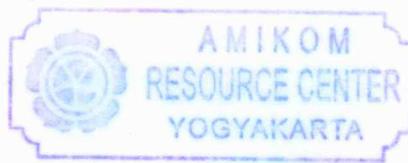
Dengan adanya periklanan televisi yang baru ini dapat membantu meningkatkan volume penjualan pada produk industri batik tersebut.

- b. Bagi Penulis

Skripsi ini memberikan banyak manfaat baik dalam hal pengetahuan dan penerapan teori-teori selama pendidikan kedalam sebuah karya nyata untuk mendukung kemampuan dalam dunia kerja.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Memperoleh data yang benar, relevan dan berarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Penulis menggunakan beberapa metode antara lain sebagai berikut :



a. Metode Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengajak tanya jawab secara langsung kepada pemilik batik dan karyawan BATIK KEBON INDAH.

b. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung kegiatan di BATIK KEBON INDAH yang berkaitan dengan yang akan diteliti secara sistematis agar hasil yang diperoleh lebih akurat.

c. Metode Dokumentasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara meneliti dan menyalin catatan yang diperoleh yang tentunya berhubungan dengan pembuatan penelitian.

d. Metode Kepustakaan

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengambil materi dari buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan periklanan yang berbasis multimedia.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan penelitian ini adalah :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang pembuatan periklanan berbasis multimedia, Rumusan Masalah, Tujuan yang hendak dicapai, Manfaat yang diharapkan, dan Metode Penelitian yang digunakan pada penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN UMUM

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang dipakai dalam mendukung penelitian, yang dapat dijadikan dasar untuk pemecahan masalah, dilakukan dengan studi pustaka sebagai landasan dalam melakukan penelitian. Pada bab ini diuraikan gambaran umum mengenai BATIK KEBON INDAH.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Analisis system membahas analisa system yang akan dibuat dari beberapa segi. Perancangan membahas story board dan konsep yang digunakan serta rancangan periklanan yang akan dibuat.

BAB IV : IMPLEMENTASI

Membahas implementasi dari rancangan pembuatan video periklanan yang telah dibuat.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang diusulkan untuk pengembangan lebih lanjut agar tercapai hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN