

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan merupakan sarana untuk mempromosikan suatu produk, jasa, perusahaan, dan ide baik *online* maupun *offline* kepada khalayak ramai. Iklan televisi merupakan media periklanan yang mudah diterima konsumen, karena media televisi mencakup unsur audio dan video secara bersamaan. Dengan memadukan beberapa unsur multimedia yaitu gambar, video dan audio serta dipadukan dengan 3D yang kemudian diolah menggunakan software tertentu, produk akan terlihat lebih menarik dimata konsumen.

Dalam hal ini, peneliti melakukan kegiatan pembuatan iklan televisi pada sebuah butik pakaian yang ada di Yogyakarta, yaitu Butik Ederra. Ederra merupakan butik pimpinan Ibu Indah Wahyu Wardhani. Melirik trend berbusana muslim dan hijabers pada saat ini, Ederra mengangkat branding “Indah Wardhani” dengan tag line “Multicolored Modest Wear”. Produk ini merupakan produk desain dari owner Ederra sendiri, dengan mayoritas produknya merupakan outfit bagi para hijabers.

Saat ini pemasarannya masih sebatas penjualan *offline* di toko dan *online* di websitelyaitu di [www.ederra.id](http://www.ederra.id) dan social media instagram yaitu @ederraid dan @indahederraofficial. Hal itu dirasa kurang cukup untuk memenuhi

kebutuhan operasional Ederra yang besar. Maka dari itu, dilakukan strategi pemasaran lainnya yaitu dengan cara mengikuti pameran-pameran,serta media promosi iklan televisi.Strategi promosi melalui iklan televisi inisebagai strategi tambahan dari strategi pemasaran yang sudah ada.

Dari permasalahan tersebut, penelitian ini akan mengimplementasikan iklan televisi pada Butik Ederra dengan menggunakan teknik *live shoot* yang didalamnya akan lebih ditekankan pada design produk, kualitas produk, lokasi, dan info kontak. Pembuatan iklan ini diharapkan menjadikan Ederra semakin dikenal masyarakat, serta meningkatkan jumlah produksi dan volume penjualan Ederra.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi yaitu :

“Bagaimana merancang dan mengimplementasikan iklan pada Butik Ederra sebagai media promosi?”

### **1.3 Batasan Masalah**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka peneliti menetapkan beberapa batasan-batasan masalah, yaitu :

1. Penelitian ini memfokuskan pada perancangan iklan pada butik Ederra untuk tv lokal dengan teknik *live shoot*.
2. Iklan ini berdurasi 45 detik karena dalam 45 detik iklan yang ditampilkan sudah dapat memuat informasi yang akan disampaikan.
3. Software pembuatannya menggunakan Adobe Premiere Pro.
4. Perancangan dan implementasi media periklanan Butik Ederra Yogyakarta, untuk penayangan akan menjadi kewenangan dari pihak Butik Ederra.
5. Jenis iklan yang dibuat adalah iklan persuasif.
6. *Output* video menggunakan format MP4 (H.264)

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengimplementasikan teknik pembuatan iklan televisi dengan software Adobe Premiere Pro yang diharapkan dapat menampilkan sebuah iklan sebagai media promosi pada Butik Ederra.
2. Sebagai penerapan pengembangan ilmu yang didapat dalam perkuliahan selama masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program S1 Teknik Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini :

### 1.5.1 Bagi penulis :

Bisa mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapat selama masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta pada jurusan Teknik Informatika dan dapat menerapkannya di dunia kerja.

### 1.5.2 Bagi perusahaan :

Memiliki sebuah video periklanan yang nantinya bisa digunakan untuk mempromosikan produk perusahaan tersebut yang lebih luas melalui media elektronik (televisi).

### 1.5.3 Bagi pengembang :

Video periklanan ini dapat dijadikan sebagai sebuah pembanding dengan video lain untuk tujuan pengembangan dan juga pembelajaran.

## 1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur yang digunakan untuk melakukan penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data :

- a. Observasi

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mempelajari sistem, dengan cara mengamati / terjun langsung dalam obyek penelitian.

b. Wawancara

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan sesi Tanya jawab langsung dengan pihak perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas.

c. Studi Literatur

Yaitu teknik pengumpulan data dengan membaca buku-buku pustaka yang merupakan penunjang dalam memperoleh data untuk melengkapi penyusunan laporan yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang dibahas.

### 1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah yang ada di Butik Ederra dan mengelompokkan berdasarkan klasifikasi *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Treath* (ancaman), kemudian menentukan pemecahan atau solusi permasalahannya dengan matriks SWOT.

### 1.6.3 Metode Perancangan Iklan

a. *Brainstorming*

Suatu bentuk diskusi dalam rangka himpunan dan gagasan, pendapat, informasi, pengetahuan, dan pengalaman sehingga ide-ide yang kreatif.

b. *Storyboard*

Jalan rencana cerita iklan televisi dalam bentuk tulisan.

c. *Assembling crew dan talent*

Mencari anggota tim kreatif dan audisi pemeran dalam iklan.

d. Perancangan penggunaan *property* dan penjadwalan

Mempersiapkan alat-alat dan perlengkapan yang digunakan saat shooting dan mengatur waktu *shooting*.

#### 1.6.4 Metode Pengembangan

a. Tahap Produksi

1. Pemilihan lokasi pengambilan video.
2. Syuting yaitu tahap pengambilan gambar dan video yang sudah ditentukan berdasarkan tema iklan televisi, dan *storyboard* yang telah dibuat.
3. Pengaturan dan pemilihan *angle* kamera yang tepat, sehingga menghasilkan rekaman yang sesuai.

b. Tahap Pasca Produksi

1. Editing : menentukan dalam penggabungan gambar, video gambar, suara kemudian menambahkan motion graphic
2. Rendering : mempacking dalam bentuk format yang sudah ditentukan.

3. Penyiaran : mempublikasikan melalui iklantelevisi.

#### **1.6.5 Metode Pengetesan Unit**

Penayangan dari pada iklan ini adalah kewenangan dari pihak Ederra. Oleh karena itu, metode ini dilakukan dengan caramenayangkan iklan yang telah selesai dibuat kepada *owner* Ederra sendiri, dan kepada 8 karyawan Ederra lainnya. Dalam hal ini, owner dan pegawai bertindak sebagai *respondens*. Setelah itu, akan dibagikan form pengisian yang berisi setuju atau tidak dan komentar dari masing-masing *responden* layak atau tidaknya iklan tersebut ditayangkan di media televisi.

Selain itu, iklan yang telah berhasil ditayangkan di media televisi juga menjadi metode pengetesan unit pada tugas ini.

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar lebih mudah dimengerti, laporan penelitian ini akan disusun secara sistematis kedalam 5 bab, masing-masing bab akan diurutkan sebagai berikut :

#### **BAB IPENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada Bab ini memuat tinjauan pustaka dan dasar teori yang digunakan sebagai referensi perancangan dan implementasi iklan televisi serta perangkat lunak yang digunakan.

## **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini akan dilakukan proses identifikasi menggunakan model analisis SWOT, solusi, analisis kebutuhan, dan analisis kelayakan.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat tentang hasil dan proses pembuatan iklan pada Butik Ederra.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan pembahasan beserta saran yang ditujukan untuk penyempurnaan dan pengembangan sistem dimasa mendatang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**