

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan banyaknya pesaing dibidang mebel dan kerajinan tangan di Yogyakarta, diperlukan setrategi untuk pemasaran produk adalah dengan cara promosi, salah satu media promosi yang paling efektif adalah periklanan televisi.

Berdasarkan wawancara dengan Manager Inspira Furniture and Crafts Inspiration, belum ada upaya promosi yang dilakukan. Banyaknya persaingan di bidang mebel dan kerajinan di Yogyakarta tentu saja hal ini dapat menghambat tercapainya kenaikan pada angka penjualan.

Dengan menggunakan media promosi periklanan televisi diharapkan Inspira Furniture and Crafts Inspiration mampu menarik pelanggan dari dalam maupun luar kota Yogyakarta dan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan mebel dan kerajinan tangan yang ada di Yogyakarta.

Berdasarkan hal di atas penulis tertarik untuk membantu Inspira Furniture and Crafts Inspiration membuat iklan televisi dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul :

“PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI INSPIRA FURNITURE AND CRAFTS INSPIRATION YOGYAKARTA”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dibuat sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat iklan TV Inspira Furniture and Crafts Inspiration?

### 1.2.1 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini penulis menentukan batasan masalah dengan ruang lingkup yang lebih kecil yaitu :

1. Video iklan Inspira Furniture and Crafts Inspiration berdurasi kurang dari 60 detik
2. Video iklan akan ditayangkan melalui stasiun televisi RBTv Yogyakarta
3. Proses perekaman dan pengambilan gambar menggunakan kamera DSLR.

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini secara garis besar adalah sebagai berikut :

1. Membuat video promosi iklan televisi di Inspira Furniture and Crafts Inspiration.
2. Mengenalkan perusahaan ke masyarakat luas melalui media promosi berupa iklan televisi.

3. Membantu meningkatkan angka penjualan produk di Inspira Furniture and Crafts Inspiration.
4. Memenuhi persyaratan jenjang Strata-1 STMIK AMIKOM.

#### **1.4 Metode Penelitian**

Untuk mendapatkan informasi dan data yang di gunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sebagai berikut :

##### **1.4.1 Metode Pengumpulan Data**

###### **1. Metode observasi**

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke Inspira Furniture and Crafts Inspiration untuk mengamati dan menentukan point-point yang dijadikan pembuatan iklan.

###### **2. Metode wawancara**

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui wawancara atau secara lisan langsung dengan pihak terkait untuk mendapatkan data dan informasi tentang Inspira Furniture and Crafts Inspiration.

###### **3. Metode Literatur**

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

#### **1.4.2 Metode Analisis Data**

Menganalisis bagaimana membuat iklan televisi yang berkualitas dan menarik sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengetahui produk-produk unggulan yang di tawarkan Inspira Furniture and Crafts Inspiration.

#### **1.5 Sistematika Penulis**

Sistematika penyusunan laporan skripsi ini di bagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mengurai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data serta sistematika penulis.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, dasar-dasar editing video, dasar-dasar efek visual film dan software yang digunakan dalam proses editing video.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini menjelaskan mengenai sejarah, perancangan iklan yang dibuat, gambaran umum tentang iklan, membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan dalam membuat sebuah iklan.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan, tahap analisis, implementasi, desain, dan hasil implementasinya

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang membangun dari seluruh bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh bahasan sekaligus manfaat dan kelebihan iklan serta kelemahan iklan yang di buat.

### **DAFTAR PUSTAKA**