

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah UKM Kerajinan di Sentolo Kulon Progo Yogyakarta yaitu "GULMA MUTIARA" adalah UKM Kerajinan yang menjual bermacam-macam produk tas yang berbahan pokok menggunakan serat alam dan benang nilon. Macam-macam serat alam yang digunakan oleh UKM ini seperti: enceng gondok, pandan dan agel. UKM Kerajinan ini terdapat di tengah-tengah perkampungan sehingga tidak banyak yang tau adanya UKM kerajinan GULMA MUTIARA tersebut.

UKM kerajinan GULMA MUTIARA ini masih asing terdengar oleh masyarakat luas karena UKM ini saat ini proses penjualannya masih melalui perantara tidak ke konsumennya langsung. Brand UKM ini belum dikenal banyak orang sehingga tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk UKM GULMA MUTIARA ini kurang.

Melihat adanya permasalahan diatas penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentang "Pembuatan Iklan Televisi UKM Kerajinan Gulma Mutiara Kulon Progo" untuk berupaya semaksimal mungkin membuat sebuah iklan televisi yang diharapkan lebih banyak pengunjung serta lebih terkenal dikalangan masyarakat luas pada umumnya dan brand UKM ini dapat di percaya oleh masyarakat luas sehingga konsumen dapat langsung ke UKM ini tanpa harus melalui perantara PT,CV dan sebagainya yang dulunya PT,CV tersebut hanya

menjual brand mereka kepada konsumen yang aslinya itu semua produk dari UKM GULMA MUTIARA.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana cara merancang dan memproduksi iklan televisi *brand* Gulma mutiara dengan menggunakan penerapan teknik *liveshoot* dan *motion graphic* ?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Iklan ini berdurasi 30 detik.
2. Iklan ini berisi tentang produk di Gulma Mutiara
3. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan adalah *liveshoot* dan *motion graphic*.
4. Penelitian ini hanya sampai uji coba iklan kepada pihak instansi terkait, yaitu Gulma Mutiara.

1.4 Maksud dan Tujuan

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

1. Merancang sebuah iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan UKM Kerajinan Gulma Mutiara.

2. Memperkenalkan UKM Kerajinan Gulma Mutiara 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 UKM Gulma Mutiara

1.5 Metode Penelitian

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

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1.5.1.1 Wawancara

Mengadakan tanya jawab langsung kepada pemilik usaha untuk mencari data tentang ukm kerajinan Gulma Mutiara untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

1.5.1.2 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.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang di gunakan untuk penelitian ini adalah metode analisis swot.

1.5.3 Metode Pengembangan

1. Pre production, tahap ini berisi tentang perencanaan iklan dan persiapan iklan secara teknis. Tahap perencanaan merupakan tahap menciptakan konsep kreatif periklanan yang terdiri dari berbagai strategi seperti strategi menentukan audien sasaran, menciptakan ide, merancang slogan sampai pada merancang story board.
2. Production, tahap ini berisi tentang shooting
3. Pasca Production, tahap ini berisi tentang editing gambar hasil shooting.

1.6 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, serta segala kelebihan dan kekurangan.

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 perbaikan iklan yang sudah dihasilkan untuk masa yang akan datang.

