

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Istilah promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikan pada angka penjualan. Salah satu elemen promosi adalah iklan, yaitu sarana paling lengkap untuk eksekusi produk maupun jasa suatu perusahaan. Pesan dari produk dapat dikomunikasikan dengan total, yaitu audio, visual, dan gerak serta hal ini mampu menciptakan kelenturan bagi pekerja kreatif untuk mengkombinasikan gerakan, kecantikan, suara, warna, drama, humor, dan lain-lain.

Televisi merupakan media audiovisual yang canggih. Dengan menggunakan dua elemen kekuatan sekaligus yaitu audio dan visual menjadikan televisi sebagai media promosi yang sangat mahal. Sebuah tayangan kurang dari 60 detik saja akan dapat disaksikan serentak oleh puluhan juta bahkan ratusan ribuan juta pasang mata di seluruh dunia.

Televisi merupakan media audiovisual sehingga penonton dapat melihat produk yang diiklankan di televisi secara maksimal. Iklan di televisi memiliki sarana paling lengkap untuk eksekusi. Pesan dari produk dapat dikomunikasikan dengan total, yaitu audio, visual, dan gerak serta hal ini mampu menciptakan

kelenturan bagi pekerja kreatif untuk mengkombinasikan gerakan, kecantikan, suara, warna, drama, humor, dan lain-lain.

CV. Sanggar Ukir Batu Pangestu merupakan Perusahaan kerajinan ukir batu dengan berbagai macam ukuran dan bentuk yang berada di Kota Muntilan Kabupaten Magelang. Masalah yang dihadapi adalah kurangnya media promosi yang mengiklankan sebuah karya kerajinan ukir batu sehingga masyarakat dan peminat kerajinan ukir batu dari wilayah luar tidak banyak yang mengetahui adanya sanggar ukir kerajinan batu di Muntilan Kabupaten Magelang ini . Serta media iklan yang hanya melalui blog dirasa kurang menarik minat bagi banyak masyarakat luar.

Oleh sebab itu penulis, melakukan penelitian Pembuatan Iklan Televisi Sebagai Media Promosi CV. Sanggar Ukir Batu Pangestu dengan Teknik Live Shoot untuk memecahkan masalah yang ada pada Perusahaan Kerajinan Ukir Batu tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana cara membuat iklan televisi sebagai media promosi CV. Sanggar Ukir Batu Pangestu dengan teknik live shoot.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. User dari video promosi iklan ini adalah masyarakat yang akan menjadi konsumen.

2. Video promosi iklan televisi ini dibuat dengan menggunakan software Adobe Premiere dan Adobe After Effect.
3. Video promosi ini hanya membahas tentang promosi iklan dari berbagai produk kerajinan ukir batu di CV. Sanggar Ukir Batu Pangestu.
4. Video Iklan CV. Sanggar Ukir Batu Pangestu berdurasi 30 detik
5. Pembuatan iklan video menggunakan Teknik *Live Shoot*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Membuat video promosi iklan televisi di CV. Sanggar Ukir Batu Pangestu.
2. Membantu meningkatkan angka penjualan produk kerajinan batu di CV. Sanggar Ukir Batu Pangestu.
3. Membuat promosi produk kerajinan batu di CV. Sanggar Ukir Batu Pangestu lebih efektif dan efisien untuk lebih menarik konsumen.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam analisis penerapan ini adalah sebagai berikut.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah.

1. Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan dengan cara melakukan pengamatan terhadap Iklan Televisi yang mempunyai ciri yang sama.

2. Metode Kepustakaan

Mengumpulkan data dari buku-buku tentang iklan televisi atau dan literatur-literatur yang diperoleh dari internet yang semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats).

1.5.3 Metode Perancangan

Merupakan tahapan perencanaan. Dalam pembuatan iklan televisi, hal ini meliputi perencanaan konsep, desain karakter, *background*, dan hal-hal lain yang patut untuk direncanakan.

1.5.4 Metode Implementasi

Yaitu tahap produksi dan *pengeditan* (pasca produksi) dalam pembuatan Iklan Televisi.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan yang terdiri dari :

BAB I Pendahuluan, bab ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori, bab ini menguraikan teori konsep dasar multimedia, pengertian animasi, pengertian 3 dimensi, teknik *motion graphic*, pengertian iklan televisi, dan *software* yang digunakan.

BAB III Analisis dan perancangan, bab ini berisi tentang analisis kelayakan iklan televisi yang dibuat, serta menjelaskan tentang storyboard dan analisis pra produksi.

BAB IV Implementasi dan Pembahasan, bab ini menjelaskan tentang proses perancangan dan hasil perancangan iklan televisi pada CV. Sanggar Ukir Batu Pangestu.

BAB V Penutup, bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengumpulan data serta beberapa saran untuk bahan peninjauan selanjutnya.