

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Salah satu cara meningkatkan volume penjualan yang telah terbukti adalah dengan mengadakan kegiatan promosi dan salah satu bentuk dari promosi ini adalah periklanan. Menurut pendapat Alex S. Nitisemito (2003:134) pengertian periklanan adalah: "Suatu usaha untuk mempengaruhi konsumen dalam bentuk tulisan, gambar, suara atau kombinasi dari semuanya itu yang diarahkan pada masyarakat secara luas dan secara tidak langsung". Banyak media yang dapat digunakan untuk menampilkan iklan, seperti: televisi, radio, koran, internet dan media luar ruang lain. Penggarapan iklan yang dilakukan dengan baik dan menarik akan memberikan daya tarik tersendiri pada produk yang diiklankan.

Tenun ikat Kabupaten Sikka merupakan salah satu warisan budaya asli Indonesia yang harus dijaga dan dilestarikan keberadaannya, karena kain tenun ini merupakan salah satu dari sekian banyak produk budaya tradisional khas Indonesia yang dibuat secara tradisional namun bernilai seni tinggi dan indah, hal ini disebabkan untuk menghasilkan satu kain. Dibutuhkan ketekunan, kesabaran dan konsentrasi yang tinggi untuk menghasilkan sehelai kain tenun ikat, dimana hampir semua proses pembuatan kain tenun ikat tersebut dilakukan secara tradisional dan manual. Kain hasil tenunan ini sendiri sering dipakai masyarakat setempat sebagai selendang atau sarung serta dalam upacara-upacara adat, misalnya: pernikahan, kelahiran, kematian dan upacara penting lainnya. Selain itu kain tenun ikat Kabupaten Sikka mempunyai keunikan pada motif yang berbeda-

beda dari setiap tenun ikat yang mempunyai arti serta filosofi tinggi sebagai warisan leluhur.

Lepo Lorun (dalam Bahasa Indonesia berarti: Rumah Tenun) merupakan salah satu bentuk usaha warga sekitar dalam menjaga dan melestarikan tenun ikat tradisional. Lepo Lorun sendiri merupakan kelompok usaha bersama yang bergerak dalam bidang industri tenun ikat tradisional yang memberdayakan para pengrajin tenun ikat tradisional khususnya gadis-gadis dan ibu-ibu di desa. Sejarah berdirinya usaha ini yakni rasa kepedulian untuk melestarikan budaya tenun ikat tradisional yang belakangan ini secara perlahan mulai ditinggalkan.

Kurangnya promosi dalam proses pemasaran merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi oleh kelompok usaha ini, sebab promosi yang dilakukan selama ini adalah promosi secara verbal yakni hanyalah dari mulut ke mulut, serta tulisan pada beberapa media cetak lokal. Jenis promosi seperti ini dirasa kurang efektif dalam menarik pelanggan yang lebih banyak karena ruang lingkup yang terjangkau dari jenis promosi seperti ini sangatlah terbatas dan media penyampaian informasinya pun hanya melalui suara dan tulisan, sehingga konsumen kurang puas dengan informasi yang diberikan.

Dari latar belakang masalah diatas maka penulis mencoba membuat sebuah iklan promosi tenun ikat berbasis multimedia untuk memperkenalkan tenun ikat kabupaten Sikka, menampilkan proses pembuatan kain tenun ikat secara tradisional, serta hasil tenun ikat dari kelompok usaha Lepo Lorun yang siap dipasarkan. Promosi menggunakan iklan televisi dirasa lebih efektif karena mengandung unsur multimedia yakni suara, gambar, teks, animasi serta video

sehingga pesan yang disampaikan kepada konsumen akan lebih maksimal serta mudah dipahami.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan menjadi pokok bahasan berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan diatas adalah: "Bagaimana membuat sebuah iklan televisi agar dapat meningkatkan promosi penjualan tenun ikat tradisional Kabupaten Sikka?".

## 1.3 Batasan Masalah

Guna memfokuskan penelitian ini ada beberapa batasan masalah yang dibuat dengan ruang lingkup yang lebih sempit agar tidak menyipang dari pokok permasalahan yang dibahas, yakni:

1. Proses pengambilan video dilakukan di Lepo Lorun Flores, Maumere;
2. Proses perekaman dan pengambilan gambar menggunakan kamera DSLR;
3. *Software* yang digunakan dalam proses editing antara lain *Adobe Premier Pro, Adobe After Effect, Photoshop*, serta *software* pendukung lainnya.
4. Menampilkan proses pembuatan, serta hasil tenunan yang siap dipasarkan;
5. Durasi dari iklan ini adalh 45 detik.

## 1.4 Tujuan

1. Membuat iklan promosi untuk memperkenalkan tenun ikan tradisional ke konsumen, investor serta pihak-pihak lainnya.

2. Sebagai syarat meraih gelas Strata 1 Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Menerapkan ilmu teoritis yang didapat selama mengikuti pendidikan di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

### **1.5 Manfaat**

1. Sebagai bekal untuk terjun ke dunia kerja.
2. Mengetahui proses produksi sebuah iklan, sehingga kelak dapat diterapkan di dunia kerja.
3. Mempromosikan kerajinan tradisional daerah sendiri untuk menambah pemasukan daerah.

### **1.6 Metode Penelitian**

Beberapa metode penelitian dan mengumpulkan data, penulis gunakan untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang penulis ungkapkan. Adapun metode-metode yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

#### **1. Metode Studi Pustaka,**

Metode ini digunakan untuk mengetahui lebih lanjut tentang sejarah perkembangan tenun ikat tradisional Kabupaten Sikka.

#### **2. Metode Kepustakaan**

Mengumpulkan data dengan membaca dan mempelajari permasalahan yang ada di buku, internet yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi.

### 3. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti. Metode ini dilakukan dengan mengamati dan mengikuti perkembangan untuk mengumpulkan data.

### 4. Metode wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi tentang permasalahan yang akan diteliti.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Berisi sistematika penulisan skripsi yang memuat uraian secara garis besar isi

skripsi untuk tiap-tiap Bab.

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat & tujuan, metode penelitian serta sistematika penulisan.

### BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan mengenai perkembangan iklan, pengertian iklan, jenis-jenis iklan, manfaat serta tujuan iklan, teknik pengambilan gambar, tahapan dalam pembuatan iklan, serta software apa saja yang digunakan dalam pembuatan iklan.

### BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang konsep iklan yang penulis bahas dan analisis mengenai proses pra produksi iklan.

### BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan tahap-tahap bagaimana cara pembuatan iklan promosi tenun ikat.

BAB V PENUTUP Kesimpulan dan saran pada pembuatan iklan ini akan dibahas pada bab ini.

