

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan merupakan teknologi informasi dan komunikasi yang memberikan tantangan dan kemudahan untuk menghasilkan iklan-iklan yang kreatif. Salah satu tujuan wacana iklan dapat tercapai, yaitu membujuk dan mengajak masyarakat untuk menstimulasi keinginan (membeli, memiliki, melakukan) dari masyarakat. Keperuasifan tersebut sangat menonjol dalam iklan komersial bertujuan untuk mendapatkan keuntungan berupa materi. Dalam hal ini, pembuatan iklan tidak sedikit menggunakan unsur verbal dan nonverbal yang kurang sesuai dengan kaidah-kaidah linguistik.

Banyak perusahaan atau perorangan menggunakan media televisi untuk melakukan promosi, karena media iklan televisi mempunyai kemampuan yang unik, tidak ada media lain yang dapat menjangkau konsumen secara serempak melalui indera pendengaran dan penglihatan. Iklan televisi sebagai sarana komunikasi yang kini tidak asing lagi bagi masyarakat luas, merupakan sarana yang efektif untuk mempromosikan dan mengenalkan kepada masyarakat kedai kopi espresso bar. Dengan media promosi ini diharapkan masyarakat mengetahui tempat

nongkrong yang asik makanan yang tersaji dengan berbagai menu makanan lezat, sehat, dan harga yang kompetitif menjadi tempat tujuan keluarga, mahasiswa, dan semua khalayak masyarakat yang mempunyai kesenangan dalam kuliner. Kedai kopi espresso bar merupakan salah satu cafe yang terdapat di Yogyakarta yang mayoritas pengunjungnya mahasiswa, dengan harga yang logika sesuai dengan menu yang disajikan. Berdasarkan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, untuk memudahkan promosi, Kedai kopi espresso bar perlu membuat sebuah iklan sehingga lebih mudah disampaikan kepada masyarakat luas.

Menyikapi permasalahan tersebut penyusun mencoba membuat sebuah iklan dengan judul “ **Analisis dan Perancangan Iklan Kedai Kopi Espresso Bar sebagai Media Promosi dengan Animasi**”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pokok permasalahan yang ada maka penulis menentukan pokok permasalahan dalam tugas akhir ini adalah bagaimana membuat iklan yang kreatif sehingga mendapatkan posisi yang baik di hati konsumen?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dimaksudkan untuk menentukan metode atau cara dalam penelitian. Batasan masalah pada tugas akhir ini adalah :

1. Pembuatan iklan ini ditunjukkan pada pihak Kedai kopi espresso bar khususnya sebagai media promosi.
2. Iklan yang akan dibuat, ditargetkan untuk ditayangkan di stasiun televisi lokal.

3. Pembuatan Iklan Kedai kopi espresso bar Sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia” ini penulis menggunakan software-software sebagai berikut : Adobe Premier Pro CS6 dan Adobe After Effects CS6.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan kelulusan bagi jenjang Strata 1 di AMIKOM
2. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan aplikasi nyata dengan harapan ilmu yang dipelajari bisa bermanfaat dan dapat diterapkan dalam dunia nyata.
3. Pembuatan Iklan Kedai kopi espresso bar Sebagai Media Promosi dengan Animasi.
4. Menentukan masalah dan memberikan penyelesaian yang efektif dan efisien.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari tugas akhir ini antara lain

##### **1.5.1 Bagi Penulis**

1. Memperoleh gelar Strata 1 (S1) di bidang Sistem Informasi.
2. Belajar menerapkan teori-teori yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan.
3. Untuk menambah pengetahuan serta wawasan untuk dapat mengetahui manajemen pemasaran.

4. Mengamalkan ilmu yang sudah penulis pelajari dan peroleh di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
5. Dapat membuat iklan untuk media televisi lokal dan nasional.

### **1.5.2 Bagi Instansi Yang Terkait**

1. Sebagai media promosi Kedai kopi espresso bar kepada masyarakat luas agar mudah tersampaikan.
2. Menambah nilai jual bagi Kedai kopi espresso bar.

## **1.6 Metode Pengumpulan Data**

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis mengembangkan beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian tugas akhir ini, yaitu sebagai berikut:

### **1.6.1 Metode Observasi**

Yaitu metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan yang dilakukan di *Red Cafe*. Dari metode ini diperoleh data dan informasi kegiatan atau aktivitas yang dilakukan di *Red Cafe*.

### **1.6.2 Metode Wawancara**

Yaitu metode pengumpulan data, dengan cara mewawancarai Mas Nano yaitu sebagai *Store Manager* pada Kedai kopi espresso bar secara langsung yang menjadi sumber informasi dalam mendapatkan data berupa sejarah berdirinya Kedai kopi espresso bar dan pembuatan iklan sebagai media promosi yang diperlukan Kedai kopi espresso bar.

### **1.6.3 Metode Kepustakaan**

Yaitu membaca dan mempelajari pustaka yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas. Antara lain dengan membaca buku Morissan M.A Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Richardd E. Mayer Multimedia Learning Prinsip-prinsip dan Aplikasi.

### **1.7 Struktur Penulisan Laporan**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang yang diteliti, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan laporan, dan jadwal kegiatan.

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

Bab ini menguraikan berbagai acuan dan bahan-bahan yang mendukung pokok pembahasan tugas akhir, meliputi pengertian iklan televisi, tujuan periklanan televisi, definisi multimedia, pentingnya multimedia, perkembangan multimedia, dan perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan dalam pembuatan iklan televisi.

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

Bab ini dijelaskan mengenai sejarah singkat dan informasi yang berkaitan dengan Kedai kopi espresso bar, sejarah dan perkembangan Kedai kopi espresso bar visi dan misi Kedai kopi espresso bar, struktur organisasi, menu makanan Kedai kopi espresso bar, lokasi Kedai kopi espresso bar, pertumbuhan perusahaan, laporan keuangan, analisis masalah dan analisis kebutuhan sistem yang terdiri dari kebutuhan perangkat keras (*Hardware*), kebutuhan perangkat lunak (*Software*).



#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini dijelaskan mengenai bagaimana pembuatan iklan Kedai kopi espresso bar berbasis multimedia.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Diuraikan mengenai keterangan dari buku-buku dan literature lain yang menjadi acuan dalam penyusunan tugas akhir ini.



