

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti saat ini bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang maju dengan pesat. Di daerah Yogyakarta banyak restoran yang bersaing ketat demi kemajuan bisnis mereka dengan menawarkan menu yang bervariasi dengan kualitas rasa dan harga yang bersaing.

Resto Lesehan Sego Wiwit adalah Resto dengan konsep rumah makan keluarga menyajikan makanan, minuman dan fasilitas yang lengkap dengan wahana bermain anak-anak seperti outbound, perahu bebek, kolam renang anak, trampolin, ayunan, dan pemancingan. Namun karena lokasi resto jauh dari pusat kota membuat kurangnya media promosi yang disebar ke masyarakat luas. Saat ini resto lesehan sego wiwit hanya menggunakan media promosi seperti facebook tetapi sosial media tersebut sudah tidak dikelola oleh admin resto lesehan sego wiwit.

Oleh karena itu resto lesehan sego wiwit membutuhkan iklan yang nantinya akan ditayangkan melalui sosial media youtube karena pada sebuah iklan youtube menggunakan berbagai komposisi seperti text, gambar, audio, video, animasi. Penayangan iklan di youtube ini nantinya untuk menunjang pemasaran promosi yang lebih baik lagi di dunia bisnis kuliner.

Maka dari itu Resto Lesehan Sego Wiwit akan dijadikan sebagai obyek penelitian dengan judul Analisis Dan Perancangan Iklan Resto Lesehan Sego

Wiwit Yogyakarta Berbasis Multimedia Informasi Dan Promosi. Dengan adanya iklan youtube untuk mempromosikan Resto Lesehan Sego Wiwit ini diharapkan dapat dikenal oleh masyarakat di Yogyakarta dan sekitarnya.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian Bagaimana membuat Iklan Resto Lesehan Sego Wiwit Yogyakarta Berbasis Multimedia ?

1.3 Batasan Masalah

1. Aplikasi yang dibuat adalah aplikasi iklan Multimedia untuk Resto Lesehan Sego Wiwit Yogyakarta.
2. Aplikasi iklan ini berisi tentang menu-menu dan tempat-tempat makan yang ada di Resto Lesehan Sego Wiwit Yogyakarta
Aplikasi ini bersifat statis.
3. Standard video iklan ini adalah Phase Altemating Line (PAL).
4. Format video iklan ini adalah MPEG Layer-4 Audio (.MP4).
5. Perangkat lunak yang digunakan (software).

Video iklan ini dibuat menggunakan beberapa perangkat lunak seperti adobe premire pro cs6, adobe after effect cs6, adobe audition cs6, adobe photoshop cs6.

6. Hasil video iklan ini akan dimasukkan ke sosial media youtube.

7. Durasi iklan ini 1 menit 4 detik.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

a) Maksud Penelitian

- 1) Untuk memberikan informasi tentang keberadaan Resto Lesehan Sego Wiwit Yogyakarta.
- 2) Menambah pengalaman dalam pembuatan iklan.

b) Tujuan Penelitian

- 1) Sebagai tahap akhir syarat kelulusan program strata 1 STMIK Amikom Yogyakarta.
- 2) Untuk membuat iklan youtube resto lesehan sego wiwit Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1) Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengamati langsung pada lokasi obyek penelitian yaitu Resto lesehan Sego wiwit Yogyakarta. Mencari informasi makanan dan minuman favorit di lesehan sego wiwit dan melihat beberapa angle komposisi untuk kebutuhan pengambilan gambar yang jelas tentang permasalahan yang di teliti.

2) Metode Wawancara

Penulis mengajukan pertanyaan yang telah di persiapkan terlebih dahulu secara tertulis maupun lisan mengenai masalah-masalah

yang akan di teliti kepada manager Resto Lesehan Segu Wiwit Yogyakarta untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

3) Metode Studi Literatur

Pada proses ini melakukan penelusuran terhadap berbagai macam fasilitas internet dengan menjelajahi situs yang terkait dengan judul penelitian ini.

1.5.2 Metode Analisis

1. Analisis Swot

Analisis SWOT (SWOT Analysis) adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats) yang mungkin terjadi dalam mencapai suatu tujuan dari kegiatan proyek/kegiatan usaha atau institusi/lembaga dalam skala yang lebih luas. Untuk keperluan tersebut diperlukan kajian dari aspek lingkungan baik yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal yang mempengaruhi pola strategi institusi/lembaga dalam mencapai tujuan.

2. Analisis Kebutuhan Sistem

Tujuan dari fase analisis adalah memahami dengan sebenar-benarnya kebutuhan dari sistem baru dan mengembangkan

sebuah sistem yang mawadahi requirement tersebut atau memutuskan bahwa sebenarnya pengembangan sistem baru tidak dibutuhkan. Penentuan kebutuhan sistem merupakan langkah yang paling crucial dalam tahapan SDLC. Kebutuhan sistem bisa diartikan sebagai berikut:

- a. Pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh sistem.
- b. Pernyataan tentang karakteristik yang harus dimiliki sistem.

3. Analisis Kelayakan Sistem

Analisis kelayakan merupakan proses yang mempelajari atau menganalisa permasalahan yang telah ditentukan sesuai dengan tujuan akhir yang akan dicapai. Analisis kelayakan digunakan untuk menentukan kemungkinan keberhasilan solusi yang diusulkan. Tahapan ini berguna untuk memastikan bahwa solusi yang diusulkan tersebut benar-benar dapat tercapai dengan sumber daya dan dengan memperhatikan kendala yang terdapat pada permasalahan serta dampak terhadap lingkungan sekeliling.

Analisis kelayakan sistem digunakan untuk mempelajari apakah usulan-usulan kebutuhan sistem baru layak untuk diteruskan menjadi sistem informasi. Kelayakan pengembangan sistem informasi adalah proses mempelajari dan menganalisis

sistem informasi yang digunakan untuk mendukung evaluasi pelayanan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Tipe-Tipe Kelayakan system: Kelayakan Ekonomi, Kelayakan Hukum, Kelayakan Jadwal, Kelayakan Operasional, Kelayakan Teknis.

1.5.3 Metode Perancangan

Dalam proses perancangan iklan youtube ini menggunakan tahap pra produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah persiapan sebelum produksi. Adapun langkah persiapannya adalah membuat ide cerita, naskah cerita, dan pembuatan storyboard.

1.5.4 Metode Pengembangan

Setelah pra produksi selanjutnya masuk ke tahap produksi yaitu melakukan take shooting, review hasil sementara, take ulang shooting jika hasilnya masih belum maksimal. Setelah tahap produksi selesai maka selanjutnya masuk ke tahap pasca produksi yaitu melakukan proses editing video hasil shooting, memeriksa hasil sementara setelah editing, kemudian hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan proses rendering video melakukan packaging hasil akhir dalam format video yang diinginkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Tahap-tahap yang akan dilakukan dalam penyusunan laporan ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan mengenai tinjauan pustaka, pengenalan teori-teori yang mendasari pembahasan yang berhubungan dan mendukung dalam hal perancangan dan pembuatan laporan ini.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran objek perancangan sebuah video iklan, analisis semua permasalahan yang ada, dimana masalah-masalah yang muncul yang akan diselesaikan dengan pembuatan video iklan sebagai media promosi tersebut.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Setelah sistem selesai dianalisa dan didesain secara rinci selanjutnya diimplementasikan dan dites.

BAB V : PENUTUP

Bagian terakhir laporan yang berisikan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat keterangan dari buku-buku dan literatur yang menjadi acuan dalam penyusunan skripsi.

