

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Informasi adalah suatu kebutuhan yang penting bagi setiap orang untuk melakukan aktifitas sehari-harinya, praktis dan mudah dipahami menjadi hal yang harus diperhatikan dalam menyajikan sebuah informasi. Iklan berupa video, spanduk, atau media promosi lainnya adalah salah satu contoh proses penyajian informasi yang banyak dilakukan oleh suatu instansi atau perusahaan dalam memasarkan produk yang akan dijual. Dengan melakukan promosi tentu akan ada keuntungan yang didapat oleh sebuah perusahaan atau instansi, namun dalam melakukan proses promosi haruslah tepat dan informasi yang disajikan haruslah mudah untuk dipahami oleh calon konsumen. Meyakinkan calon konsumen adalah proses yang cukup sulit dalam sebuah promosi, untuk itu dalam proses ini sebuah perusahaan haruslah paham tentang media promosi yang praktis, mudah dimengerti dan jelas dalam penyajian informasinya.

Legend coffee adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner. Mempunyai target pasar dengan cakupan customer menengah kebawah maupun atas, target utama mahasiswa disepertaran kota Yogyakarta. Legend coffee memiliki tempat yang cukup strategis yang berada di tengah kota, dengan konsep klasik bangunan tuanya menjadi nilai tambah serta merupakan ciri khas yang membuat legend coffee berbeda dengan cafe lain. Media internet dirasa cukup baik bagi pihak legend coffee sebagai sarana dalam memasarkan, dengan memaksimalkan pemanfaatan fasilitas WiFi yang tersedia customer dapat mengakses dan melihat

secara jelas menu baru di legend coffee. Kurangnya pemahaman dari waiters terhadap produk baru, serta dipengaruhi oleh stamina menurun karena harus melayani pengunjung yang bisa dikatakan selalu ramai setiap harinya menjadi sebab terjadinya kesalah paham kepada customer yang menanyakan tentang produk baru dari legend coffee. Dengan adanya permasalahan tersebut pemanfaatan sarana internet diharapkan dapat memperbaiki kesalahan yang dirasa cukup penting guna memberi pelayanan yang baik bagi pengunjung. Foto produk spin 360 photography merupakan sebuah inovasi dalam bidang promosi pada media internet, dengan spin 360 photography memungkinkan seseorang dapat melihat objek berputar secara 360o.

Dengan adanya perancangan media promosi produk legend coffee yogyakarta menggunakan teknik spin 360 photography dengan interaktif web, diharapkan dapat menjadi media yang efektif dalam pemahaman customer terhadap menu legend coffee serta diharapkan dapat menjadi sebuah solusi dari masalah yang ada.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana cara membuat media promosi dengan teknik spin 360 photography dengan interaktif web?

### **1.3 Batasan Masalah**

Ruang lingkup dalam dunia periklanan sangatlah luas dan kompleks, maka agar lebih terperinci dan sesuai teknik pembuatan yang digunakan, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Media promosi yang digunakan ialah web yang bersifat statis.

2. Tidak adanya aktifitas dalam web.
3. Dengan teknik ini foto hanya dapat diputar 360o secara horizontal.
4. Teknik spin 360o photography digunakan untuk promosi produk baru.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan skripsi ini adalah menciptakan media promosi bagi Legend Coffee Yogyakarta dengan mengaplikasikan teknik photography kedalam media web. Tujuan lainnya adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Strata 1 Sistem Informasi STMIK Amikom Yogyakarta.
2. Mengimplementasikan teknik photography kedalam web sebagai media promosi untuk Legend Coffee Yogyakarta yang diharapkan dapat membantu dalam kegiatan promosi dan publikasi sehingga memudahkan konsumen untuk mendapatkan gambaran tentang menu baru yang tersedia di Legend Coffee Yogyakarta.
3. Mempelajari ilmu baru tentang media promosi melalui web yang menggunakan teknik spin 360 photography.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penyusunan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak:

1. Dengan penyusunan skripsi ini berarti penulis menerapkan ilmu yang didapat selama mengikuti pendidikan di STMIK AMIKOM Yogyakarta, khususnya dalam bidang promosi menggunakan web

yaitu penerapan teknik photography 360 produk review. Dan juga penerapan ilmu yang pernah didapat dalam menggunakan Dopeless Rotate, Adobe Dreamweaver, Adobe Photoshop, Notepad ++.

2. Berdasarkan penyusunan skripsi ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa lain STMIK AMIKOM Yogyakarta yang ingin mengetahui bagaimana membuat media promosi dengan teknik spin 360 photography dengan menggunakan web.
3. Memberikan wawasan baru tentang tekni pemasaran secara online dengan teknik spin 360 photography.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Dalam pembuatan skripsi ini penyusun menerapkan pengambilan data sebagai berikut:

1. Interview

Interview merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan responden, dalam hal ini pihak Legend Coffee Yogyakarta.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan serta pencatatan langsung terhadap obyek dengan cara melihat proses pelayanan pada konsumen yang dilakukan oleh pihak Legend Coffee Yogyakarta.

### 3. Metode Kepustakaan

Merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku sebagai bahan referensi.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih terarah pada permasalahan dan terstruktur, maka dibuat dalam beberapa bab berdasarkan pokok-pokok permasalahan, yaitu diuraikan sebagai berikut:

##### **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 iklan, teknik spin 360 photography dan aplikasi yang digunakan.

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

Pada bab ini berisi tentang analisis kelayakan media promosi yang dibuat, serta menjelaskan tentang perancangan dan analisis pra produksi.

##### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang proses perancangan dan hasil perancangan media promosi menggunakan teknik spin 360 photography dengan interaktif web.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengumpulan data serta beberapa saran untuk bahan peninjauan selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA**