

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan zaman dan teknologi orang sekarang mulai berhati-hati dalam memilih dan membeli makanan. Untuk itu dengan memanfaatkan teknologi, salah satunya adalah dalam bidang multimedia khususnya bidang periklanan. Dengan media televisi iklan dapat di terima dengan jelas, karena dapat di visualisasikan dalam bentuk video, gambar, audio serta text. Roti maryam salman merupakan roti dari Indonesia, roti ini memiliki bentuk bundar dan bertekstur sangat lembut. Dengan rasa yang tidak perlu diragukan lagi, sebab teksturnya yang lembut dan kenyal membuatnya banyak diminatioleh para penggemar jajanan khas Indonesia mulai dari anak-anak hingga dewasa. Masyarakat kita mengenal roti maryam sebagai roti yang memiliki bentuk lebar dan pipih. Roti maryam salman sendiri memang suda lama keberadaannya di kota yogyakarta, namun karena tempatnya yang hanya bisa kita temui di stasiun-stasiun kereta api membuat beberapa masyarakat belum mengetahui roti maryam salman dan mencoba untuk mencicipinya.

Menikmati roti maryam ini memang sangat cocok disantap saati hari, ketika sarapan menikmati roti maryam mampu menambah energi untuk memulai aktivitas. Kandungan protein dan karbohidrat didalam roti maryam mampu membuat perut lapar menjadi terasa kenyang dan lebih bersinergi.

Saat ini promosi yang digunakan Roti Maryam Salman hanya menggunakan media facebook, yang dimana tentu saja para konsumen tidak hanya menggunakan facebook saja, untuk itu sangat perlu dibutuhkan promosi diberbagai media informasi untuk lebih memperkenalkan Roti Maryam Salman. Video promosi ini merupakan alternatif paling tepat untuk mengatasi kekurangan dan memaksimalkan upaya promosi yang ada selama ini.

Dengan latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk membuat sebuah iklan untuk memasarkan roti maryam salman agar lebih dikenal dikalangan masyarakat Indonesia khususnya dikota-kota yang ada di pulau jawa, karena untuk penjualan roti maryam salman baru mencakup kota-kota yang ada dipulau jawa dan sekaligus untuk melakukan penelitian dengan judul "*Pembuatan dan Perancangan Iklan Motion Graphic Roti Maryam Salman Sebagai Media Promosi*" dan berupaya semaksimal mungkin agar dapat memperluas promosi dan publikasi dari Roti Maryam Salman.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakan yang telah disampaikan, untuk itu perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu bagaimana membuat iklan untuk mempromosikan Roti Maryam Salman dengan teknik *Motion Graphic*.

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian maka batasan-batasan masalah penelitian ini hanya dibatasi pada :

1. Video iklan Roti Maryam Salman dibuat dengan menerapkan teknik *Motion Graphik* sebagai sarana promosi.
2. Video iklan berisi tentang keunggulan dan keunikan yang dimiliki Roti Maryam Salman.
3. Teknik yang dipakai dalam pembuatan iklan adalah *Motion Graphik*.
4. Berdurasi 1 menit.
5. Format file video .Mp4 dengan kualitas Full HD 1080p dengan resolusi 1920x1080p
6. Perangkat lunak yang digunakan untuk pembuatan video adalah Windows 10 Home Single Language 64-bit, Adobe Premiere CS6, Adobe After Effect CS6, Adobe Audition CS6, Photoshop CS6.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan iklan ini adalah :

1. Memperkenalkan Roti Maryam Salman kepada masyarakat Indonesia khususnya kota Yogyakarta melalui video iklan.
2. Membuat video iklan sebagai sarana promosi Roti Maryam Salman dengan menggunakan teknik *Motion Graphic*.

3. Menerapkan ilmu yang telah didapat selama masa studi di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
4. Sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi penulis :
  - a. Dapat menambah literatur dalam bidang disiplin ilmu.
  - b. Dapat menerapkan teori yang diajarkan khususnya dibidang multimedia untuk mengimplementasikan dalam bentuk iklan.
  - c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program studi S1 Informatika UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

### **1.6 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dalam pembuatan iklan video ini, adalah sebagai berikut :

#### **1.6.1 Metode pengumpulan data**

- a. Metode Observasi

Dalam melakukan penelitian ini dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu berupa kelebihan dan potensi yang dimiliki dari perusahaan roti maryam salman untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang ada.

- b. Metode Wawancara

Penelitian dilakukan dengan melakukan tanya jawab langsung dengan SVP roti maryam salman dalam bidang periklanan yang berdasarkan pada tujuan penelitian yang mencari data mengenai roti

maryam salman untuk mendapatkan data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan pertimbangan dan analisa dari penelitian yang akan diajukan.

c. Metode Perpustakaan

Cara ini dilakukan dengan beberapa buku-buku, artikel-artikel dan majalah-majalah seputar periklanan di Youtube untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah dalam pembuatan iklan serta untuk menambah khazanah keilmuan.

**1.6.2 Metode Analisis**

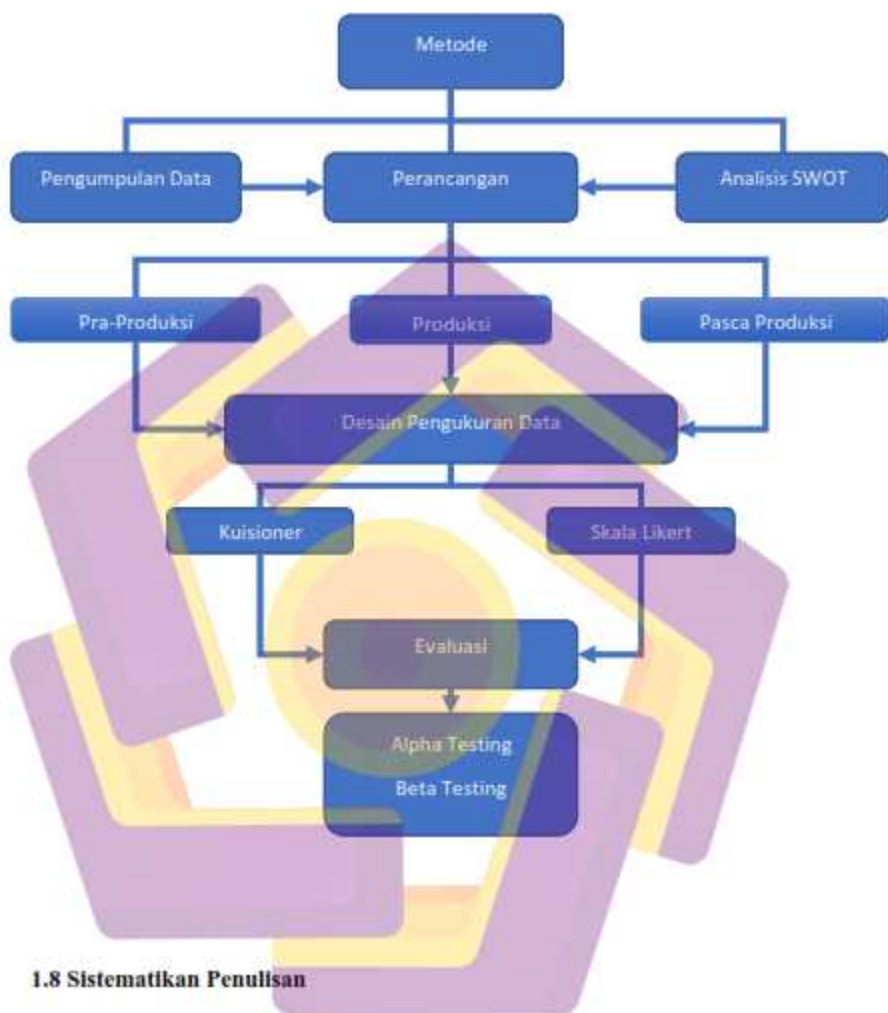
Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi untuk mereview kembali permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang ada dalam iklan youtube sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikan serta membahas kebutuhan *software* dan *hardware* yang digunakan dalam penelitian.

**1.6.3 Metode Perancangan Dan Pengembangan**

Metode perancangan yang digunakan untuk membuat video iklan ini adalah metode perancangan Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Ditahap ini merupakan gambaran bagaimana iklan ini dibentuk yang sesuai dengan rancangan yang telah dibuat serta meliputi ide konsep yang diterapkan hingga pembuatan *storyboard*.



### 1.7 Diagram Penelitian



### 1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab I membahas mengenai latar belakan masalah, batasan masalah, rumusan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan dalam penelitian dan beberapa perangkat lunak yang mendukung dalam pembuatan iklan televisi untuk media informasi, seperti konsep dasar iklan.

## BAB I ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab III menguraikan tentang ide cerita, *storyboard*, serta tema pada implementasi teknik *motion graphic* pada video iklan Roti Mariam Salman.

## BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab IV memuat tentang langkah-langkah atau proses pembuatan video iklan Roti Maryam Salman dengan menggunakan Teknik *motion graphic*.

## BAB V PENUTUP

Bab V berisi kesimpulan dari proses pembuatan iklan televisi dan saran untuk perbaikan penulisan laporan yang telah dibuat.

## DAFTAR PUSTAKA