

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jamur Resto Yogyakarta berlokasi di Kec. Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Resto ini berdiri pada 14 Maret 2010. Resto ini didirikan oleh Madayani Sameru. Ide dari Jamur Resto Yogyakarta itu sendiri dimulai dari Madayani Sameru selaku pemilik resto yang memiliki ketertarikan di bidang kuliner sehingga munculah ide untuk membuat usaha resto ini. Pemilik restoran memilih jamur sebagai menu andalan dalam menu masakan sebagai ciri khas agar menjadi pembeda dengan usaha resto yang lain.

Jamur resto Yogyakarta ini masih belum banyak dikenal oleh masyarakat Sleman dan sekitarnya karena lokasi restoran tidak strategis. Untuk mempromosikan restoran tersebut, dibuatlah media promosi berupa voucher untuk menarik perhatian masyarakat, namun strategi promosi menggunakan voucher ini ternyata tidak efektif, yang menjadikan resto ini tetap tidak banyak dikenal oleh masyarakat.

Agar produknya sampai ke konsumen, maka diperlukan informasi yang jelas melalui media periklanan. Perlu dibuat media elektronik berupa video iklan agar masyarakat Sleman dan sekitarnya mengetahui tentang restoran sehingga masyarakat tertarik untuk mencobanya di Jamur Resto Yogyakarta.

Dari masalah tersebut maka penulis ingin membuat sebuah video iklan sebagai media promosi dengan menggabungkan teknik *liveshoot*. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "**Pembuatan Video Iklan Sebagai Sarana Promosi Pada Jamur Resto Yogyakarta**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah, yaitu: “Bagaimana membuat video iklan dengan menggunakan livenesshoot sebagai sarana promosi?”.

1.3 Batasan Masalah

Karena luasnya dalam penyusunan laporan ini, maka penulis membatasi hanya beberapa hal berikut ini:

1. Iklan Jamur Resto Yogyakarta berdurasi 44 detik.
2. Menggunakan format video .mpeg-4 dengan kualitas HDTV 1080 (High Definition Television) ukuran yang digunakan 1920 x 1080px.
3. Iklan akan diserahkan pada Jamur Resto Yogyakarta.
4. Iklan akan diupload di media sosial (Instagram).

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

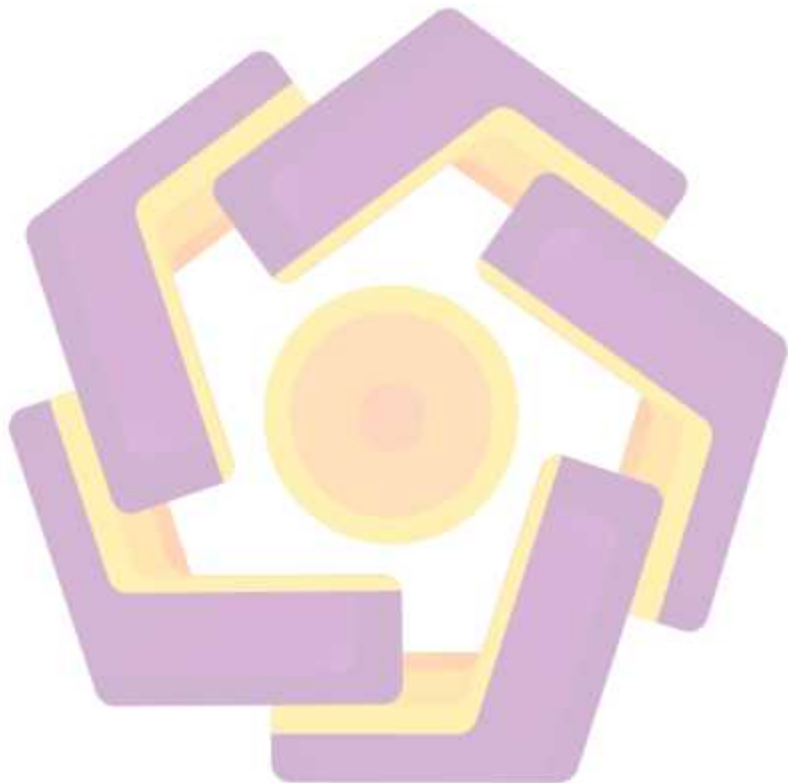
Maksud :

Menggunakan teknik livenesshoot untuk membuat video iklan di Jamur Resto Yogyakarta.

Tujuan :

Tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini adalah :

1. Sebagai syarat kelulusan untuk menyanggah gelar Sarjana Komputer dalam bidang informatika dan komputer pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Membuat iklan Jamur Resto Yogyakarta sebagai sarana promosi.



1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang di dapat selama menempuh studi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Mampu menimbang kemampuan dan sebagai tahap mengembangkan diri dalam proses pembuatan video iklan.
3. Mengerti batas kemampuan diri dalam bidang multimedia.

1.5.2 Manfaat Bagi Konsumen

1. Memberikan pandang kepada konsumen agar tertarik untuk mencoba Jamur Resto Yogyakarta.
2. Memberikan keyakinan bahwa kualitas yang diberikan Jamur Resto Yogyakarta lebih bagus.
3. Sebagai media promosi Jamur Resto Yogyakarta.
4. Agar Jamur Resto Yogyakarta lebih di kenal masyarakat luas tidak hanya di Yogyakarta.
5. Memberikan informasi tentang kualitas jasa yang diberikan Jamur Resto Yogyakarta kepada konsumen.
6. Mampu meningkatkan daya saing Jamur Resto Yogyakarta dengan restorasi lainnya dalam menarik perhatian konsumen.

1.6 Metode Penelitian

Metode pengumpulan data serta informasi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap video visual effect yang mempunyai ciri yang sama.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab langsung kepada pemilik restoran.

1.6.2 Metode Analisis

Yaitu menguraikan video periklanan untuk diidentifikasi dan di evaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan, dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya dengan menggunakan metode SWOT.

1.6.3 Metode Perancangan

Merupakan tahapan perencanaan. Dalam pembuatan video iklan, hal ini meliputi perencanaan konsep, lokasi *shoting*, *background* dan hal-hal lain yang patut untuk direncanakan.

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan skripsi ini akan disusun secara sistematis dalam lima bab yang masing-masing akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori dasar pembuatan iklan, teori multimedia dan software yang akan digunakan untuk pembuatan iklan ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis perancangan iklan, mulai dari pembuatan alur cerita serta tahapan pra produksi, seperti pembuatan ide cerita dan *storyboard* yang digunakan untuk iklan ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menerangkan tentang perancangan iklan dan pembahasan tentang iklan yang dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi sumber atau referensi yang digunakan penulis untuk keperluan penelitian.