

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini sangat mempengaruhi pemasaran bisnis. Salah satu bentuk pemasaran yang sedang populer saat ini adalah periklanan digital. Iklan digital memiliki beberapa keunggulan, seperti kemampuan menjangkau target pasar yang lebih luas, fleksibilitas waktu dan biaya, serta kemampuan menampilkan iklan secara lebih menarik dan interaktif.

Arei Store Solo merupakan toko fashion yang berlokasi di kota Solo, Jawa Tengah. Saat ini Arei Store Solo masih menggunakan cara pemasaran konvensional seperti spanduk sebagai media periklanan. Hal ini dirasa kurang efektif dan kurang menarik bagi target market yang ingin mengetahui informasi dari produk Arei Store Solo.

Arei Store Solo sebaiknya mempertimbangkan penggunaan sarana periklanan digital untuk meningkatkan efektivitas periklanan. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul "Perancangan dan Pembuatan Iklan Arei Store Solo Jawa Tengah".

Penelitian ini berfokus pada perancangan dan pembuatan iklan digital Arei Store Solo yang menarik dan efektif dalam menjangkau target pasar di era digital. Penulis mengumpulkan informasi melalui studi pustaka, wawancara dengan kepala toko Arei Store Solo, dan riset pasar sasaran Arei Store Solo.

Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi Arei Store Solo untuk meningkatkan efektifitas promosi dan menjangkau target pasar yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi toko fashion lain yang ingin mengembangkan promosi dengan menggunakan sarana iklan digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di kemukakan pada latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana cara merancang dan membuat video iklan yang menarik sebagai media promosi yang informatif pada

Arei Store Solo?".

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan pada bab selanjutnya tidak menyimpang dan bisa memberikan arah yang jelas bagi penulis dalam meneliti permasalahan, maka penulis menentukan batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Iklan ini hanya menampilkan produk dari merek Arei.
2. Media promosi video iklan ini hanya di posting di Instagram Arei Store Solo
3. Video iklan ini menggunakan Teknik *Live Shoot* video.
4. Software editing menggunakan Adobe Premier Pro CC 2021.
5. Video iklan akan berdurasi 1 menit.
6. Pembuatan video ini melibatkan beberapa tahap yaitu meliputi tahap Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada Fakultas Ilmu Komputer, Sistem informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membuat agar video iklan ini dapat memaksimalkan peran foto atau gambar dalam memasarkan produk Arei yang selama ini telah dipasarkan di Whatsapp maupun Instagram.
3. Memperluas jangkauan dalam memasarkan produk Arei di media promosi elektronik untuk internet seperti Instagram, Facebook, Whatsapp dan Youtube

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat perancangan dan pembuatan iklan ini bagi beberapa kalangan, Manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi (mahasiswa) perancang dan pembuat adalah menambah pengetahuan akan pengelolaan iklan social media dan sebagai perangsang kreatifitas dan inovasi dalam beriklan.
2. Bagi Institusi Sebagai tambahan literatur dan acuan riset mengenai iklan social media Instagram serta referensi iklan.

3. Manfaat Bagi Perusahaan yaitu meningkatkan *brand awareness* dan *brand image* yang nantinya berpengaruh pada penjualan produk.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistem penulisan yang digunakan akan memuat uraian secara garis besar isi laporan skripsi per bab adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang hal-hal yang berhubungan dan mendukung dalam hal pembuatan video iklan ini yang dibuat berdasarkan pemaparan teori termasuk teknik dan pembuatan video yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis kebutuhan produksi. Proses pra produksi pada proses pembuatan video iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang proses produksi dan proses pasca produksi dalam pembuatan video iklan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan hasil penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.