

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi pada saat ini telah banyak membawa pengaruh besar terhadap kemajuan dalam dunia bisnis. Untuk mencapai tujuan dari bisnis yang sedang dijalankan maka dibutuhkan strategi yang tepat. Salah satu strategi yang paling banyak digunakan yaitu dengan cara mempromosikan produk, jasa, atau tempat usaha yang sedang dijalankan. Melalui sebuah iklan, perusahaan dapat menyampaikan informasi pada masyarakat umum tentang bisnis yang dijalankan. Berkembangnya teknologi informasi dapat dimanfaatkan oleh pemasar untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya, salah satunya dengan pembuatan video iklan, karena dengan media audio visual, pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan mudah oleh penonton[1].

OTW sushi jogja adalah sebuah UMKM (usaha mikro kecil menengah) yang bergerak di bidang kuliner yaitu sushi dengan menawarkan banyak varian menu yang ditawarkan. OTW sushi jogja ini lokasinya berada di Jl. Nologaten No. 132B, Nologaten, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. OTW sushi jogja memanfaatkan media instagram untuk mempromosikan produknya seperti foto dan video singkat, namun UMKM ini belum mempunyai iklan komersil resmi berupa video promosi dari beberapa produk yang dijual ke pelanggan.

Pembuatan iklan dengan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic ini peneliti menggunakan aplikasi dari smartphone yaitu aplikasi VN. Untuk pembuatan iklan OTW sushi jogja peneliti membuat sebuah video iklan untuk mengenalkan lokasi kedai dan beberapa produk atau makanan yang dijual agar lebih dikenal masyarakat.

Metode yang dipilih untuk digunakan pada penelitian ini yaitu metode pengumpulan data. Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan penelitian(Sugiyono 2013). Adapun metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut[2]:

1. Metode Observasi.

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

2. Metode Analisis

Metode yang digunakan peneliti untuk menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah video editing yang berjalan, analisis hasil, analisis kebutuhan video dan analisis kelayakan video atau metode analisis SWOT.

3. Metode Perancangan

Pada metode perancangan menggunakan model pra produksi yang didalamnya berupa ide/gagasan, perancangan konsep, pembuatan naskah dan pembuatan storyboard.

Rencana dan solusi pembuatan iklan ini difokuskan pada mempromosikan beberapa produk yang dijual dan memperlihatkan tempat yang nyaman untuk menikmati beberapa menu yang disukai oleh pelanggan.

Berdasarkan permasalahan yang ada, penelitian ini akan membuat sebuah video iklan OTW sushi jogja untuk mengenalkan tempat dan beberapa produk yang dijual.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka perlu dirumuskan suatu masalah yaitu "Bagaimana membuat video iklan untuk OTW sushi jogja yang menarik dengan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic agar produk yang dijual lebih dikenal masyarakat?"

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada, maka batasan masalah pada pembuatan iklan ini adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan video iklan ini menggunakan aplikasi VN.
2. Penelitian ini hanya mengulas tentang bagaimana pembuatan iklan OTW sushi jogja dengan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic.
3. Hasil video iklan ini untuk OTW sushi jogja.
4. Video iklan berfokus pada tempat/kedai dan beberapa produk/makanan yang dijual.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui tahapan analisis dan perancangan dalam pembuatan video iklan dan hasil video yang dihasilkan.
2. Menerapkan video iklan sebagai sarana publikasi dan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak perusahaan sebagai media iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Untuk Peneliti

1. Dapat mengimplementasikan hasil dari masa studi Universitas Amikom Yogyakarta prodi Strata I Sistem Informasi, dan dapat memahami apa yang didapat pada masa kuliah teori maupun praktikum.
2. Dapat memahami proses pembuatan sebuah iklan dengan teknik yang digunakan, dan bagaimana mengimplementasikan hasil penelitian dalam dunia kerja.
3. Dapat menyampaikan maksud atau informasi dalam video iklan

1.5.2 Untuk Akademik

1. Penelitian ini berguna untuk mengetahui seberapa besar mahasiswa memahami dan mengimplementasikan hasil penelitian dalam dunia kerja.
2. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa dalam penulisan karya ilmiah di bidang multimedia atau periklanan.

1.5.3 Untuk OTW Sushi Jogja

1. Untuk mempromosikan produk sushi dan tempat yang nyaman agar konsumen selalu mengingatnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok – pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai latar belakang, Rumusan masalah, Batasan masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian, Metode penelitian.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan studi literatur dan beberapa dasar teori yang disusun secara sistematis.

BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum terkait perancangan video iklan yang akan dibuat dan membahas apa saja yang dibutuhkan.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil dan proses pembuatan iklan dengan teknik live shoot dan motion graphic.

BAB V. PENUTUP

Pada bab ini peneliti akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.

