

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kirana Stuff Yogya adalah distributor resmi produk tas dan dompet my queena by Kirana Stuff untuk wilayah Yogyakarta, didirikan pada 7 Agustus 2016, Sistem penjualan Kirana Stuff Yogya untuk saat ini berfokus pada penjualan Online melalui Media Sosial karena belum ada toko resmi dari Kirana Stuff Yogya. Distributor hanya melayani melalui layanan Whatsapp.

Menurut pemilik dari Kirana Stuff, saat ini untuk memberikan informasi kepada masyarakat umum, Kirana Stuff menggunakan Facebook dan Instagram dalam mempublikasikan layanannya. Sehingga masih banyak masyarakat umum yang belum mengerti dan memahami informasi layanan yang terdapat pada Kirana Stuff Yogya, dikarenakan keterbatasannya informasi penyampaiannya masih terbilang kurang efektif, dan belum bisa mengilustrasikan informasi layanan yang ditawarkan secara maksimal. Sehingga diperlukan cara untuk memperkenalkan atau mempromosikan layanan yang terdapat pada perusahaan, salah satunya dengan cara pembuatan iklan dalam bentuk video dan ditayangkan melalui media sosial, Walaupun metode yang selama ini dilakukan berjalan dengan baik. Kirana Stuff membutuhkan inovasi untuk mempromosikan produknya dan ingin meningkatkan metode penyampaian informasi dengan menggunakan video iklan di instagram, akan tetapi Kirana Stuff masih mengalami kesulitan karena kurangnya sumber daya manusia.

Dari permasalahan diatas penulis membuat penelitian berjudul "Penggunaan Video Iklan Instagram sebagai media promosi pada Kirana Stuff Yogyakarta", video yang akan dibuat menyesuaikan dengan kebutuhan Kirana Stuff dan ketentuan iklan yang ada diinstagram untuk memaksimalkan promosi ke konsumen tentang Kirana Stuff, mulai dari profil dan barang yang ditawarkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah Bagaimana menggunakan video iklan instagram sebagai media promosi pada Kirana Stuff Yogyakarta tersebut ?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Video akan tayang di Instagram
- b. Durasi video 1 menit dan memuat tentang informasi produk kirana stuff.
- c. Media Informasi berbentuk iklan media promosi berupa Video.
- d. Penelitian ini dilakukan di Kirana Stuff Yogyakarta

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, untuk:

- a. Menjelaskan produk serta keunggulan yang ada didalam Kirana Stuff Yogyakarta.
- b. Mengenalkan kepada masyarakat apa itu Kirana Stuff.
- c. Menerapkan teknologi informasi berbasis multimedia berupa video iklan Kirana Stuff Yogyakarta sebagai media promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

- a. Video dapat digunakan kapan saja sebagai alat untuk mengenalkan produk Kirana Stuff kepada konsumen.
- b. Memperkenalkan Kirana Stuff kepada masyarakat luas melalui media iklan
- c. Mempunyai media promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan

1.6 Metode Penelitian

Untuk memperoleh data yang akurat, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a. Observasi (*Observation*)

Observation merupakan metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung.

b. Wawancara (*Interview*)

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan pemilik toko.

c. Studi Pustaka (*Library*)

Metode pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku laporan skripsi, catatan kuliah dan sumber lain yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.

d. Kearsipan (*Documentation*)

Mengumpulkan dokumen-dokumen laporan, catatan mengenai data administrasi yang akan dikembangkan guna meneliti keakuratan laporan.

1.6.2 Metode Analisis

Pada tahap analisis dilakukan proses identifikasi menggunakan model analisis SWOT, analisis kebutuhan dan analisis kelayakan.

1.6.3 Metode Perancangan

Melakukan langkah-langkah pada tahap praproduksi yang meliputi merancang konsep, merancang isi dan merancang grafik

1.6.4 Metode pengembangan

Melakukan langkah pada tahap produksi berupa pembuatan background, pembuatan karakter dan perekaman suara

1.6.5 Metode Testing

Pengetesan Program dengan melakukan pengetesan system secara menyeluruh dan sesuai perencanaan

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1 Pendahuluan ini penulis akan membahas mengenai latar belakang diambilnya judul skripsi "Penggunaan video iklan instagram sebagai media promosi pada Kirana Stuff Yogyakarta", serta pada bab ini membahas tentang rumusan masalah, batasan-batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dan dasar-dasar teori yang akan dipergunakan sebagai landasan penelitian yang dilakukan penulis dan konsep dasar pembuatan video iklan serta software yang digunakan dalam perancangan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Membahas tentang profil Kirana Stuff Yogyakarta, analisis yang digunakan, ide cerita, naskah dan pembuatan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang cara dan tahapan pembuatan video iklan dengan teknik motion graphic, serta urutan pengerjaannya.

BAB V PENUTUP

Merupakan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya serta saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan yang didapat. Saran berisi tentang kekurangan atau kelemahan serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut dari yang telah dilakukan. Bab ini juga berisi daftar pustaka yang berisi referensi-referensi yang telah digunakan sebagai acuan dan penunjang dalam menyelesaikan skripsi ini.

