

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Melia Roti dan Kue merupakan usaha menengah yang bergerak di bidang kuliner didirikan pada tanggal 23 Mei 2009 oleh Bapak Ernawan Agus M. Awalnya Melia Bakery hanya bisnis roti rumahan, lalu berkerja sama dengan pekerja catering setelah dua tahun membuka bisnis rumahan Pak Ernawan membuka toko di Jalan Parasamya, Beran Lor Tridadi Sleman Yogyakarta dan sekarang membuka cabang di Jalan Kaliurang. Melia Roti menyediakan berbagai macam kue dan cake yang bervariasi dan unik mungkin belum ada di toko roti lainnya. Sebagai contoh Brownies Talas. Sedikitnya informasi di luar Yogyakarta tentang Melia Roti khususnya brownis talas. Karena saat ini banyak toko roti yang mencoba berinovasi dalam mengembangkan produk, dengan media promosi yang menarik untuk bersaing mencari pelanggan.

Media promosi merupakan sarana utama sebuah perusahaan untuk menjual produk atau jasa. Meninjau dari bagaimana “Melia Roti dan Kue” melakukan promosi yang kurang merata cenderung cakupan kurang luas serta belum ada yang membuat promosi dengan media iklan yang menarik. Oleh sebab itu, Melia Roti dan Kue membutuhkan media

yang lebih menarik dengan cakupan luas kepada masyarakat , dan memberikan dampak citra yang baik dan positif kepada masyarakat luas menjadi lebih tertarik untuk membeli. Salah satu media yang memungkinkan adalah sosial media seperti televisi,youtube,instagram dan sebagainya.Tujuan iklan adalah agar masyarakat tertarik untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut, dengan konsep yang sederhana dan tetap menarik di penonton. Dalam bidang lain multimedia tentu sangat menguntungkan contoh pemasaran kita bisa menggunakan multimedia untuk pemasaran seperti desain logo, desain kemasan,catalog,video iklan (advertising) dan sebagainya.

Melihat perkembangan usaha Brownies yang begitu pesat maka akan dibuat iklan sebagai media promosi produk agar lebih berkembang dan mampu meningkatkan angka penjualan, dengan memperkenalkan produk Melia Roti dan Kue yaitu Brownies Talas. Berdasarkan pada latar belakang di atas solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersebut salah satunya dengan cara membuat media informasi yaitu “Pembuatan Iklan pada Melia Roti dan Kue sebagai Media Promosi menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic”, untuk membantu meningkatkan daya tarik konsumen dengan adanya video iklan ini diharapkan dapat memperkenalkan produk dari Melia Roti dan Kue.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan penjelasan diatas yang telah disampaikan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana cara membuat iklan sebagai media promosi Melia Roti dan Kue dengan konsep mini drama?
- b. Bagaimana merancang media Video Iklan pada produk Melia Roti dan Kue ?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Penelitian yang dihasilkan adalah video iklan Melia Roti dan Kue.
- b. Video berdurasi 2 menit.
- c. Video Iklan ini membahas tentang promosi Brownies Talas di produk Melia Bakery.
- d. Software yang digunakan untuk pembuatan iklan yaitu :
  1. Adobe Premiere CC 2017
  2. Adobe After Effect CC 2017
  3. Corel Draw X7
- e. Media penyebaran video iklan ini adalah dengan mengunggahnya ke Youtube, agar mudah dilihat oleh orang banyak.

- f. User dari video iklan ini adalah masyarakat yang menjadi konsumen.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Membuat video promosi iklan untuk Melia Roti dan Kue.
- b. Mempermudah perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat lebih luas.
- c. Membantu meningkatkan angka penjualan produk di Melia Roti dan Kue.
- d. Sebagai syarat kelulusan Srata 1 (S1) pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat antara lain :

##### 1. Manfaat bagi peneliti

Yaitu mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang di dapat selama menempuh studi di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

##### 2. Manfaat bagi Melia Roti dan Kue

Yaitu mengetahui seberapa penting media periklanan sebagai alat untuk mempromosikan keunggulan produk dan menaikkan jumlah konsumen pasar.

### 3. Manfaat Masyarakat

Yaitu memberikan referensi dan menambah informasi tentang Brownies Talas.

#### 1.6 Metodologi Penelitian

Sebagai mendukung keakuratan informasi yang akan disampaikan, maka penulis mengambil beberapa metode pengumpulan data yaitu :

##### 1.1.1 Pengumpulan data

###### 1. Metode Kepustakaan.

Proses pengumpulan data melalui buku-buku, tutorial, dan segala materi yang berkaitan dengan proses produksi yang dapat diperoleh di perpustakaan maupun file dari internet.

###### 2. Metode Observasi

Mendapatkan data dan informasi dengan pengamatan langsung terhadap iklan makanan yang mempunyai ide dan konsep menarik konsumen.

###### 3. Metode Literatur

Mengambil data dengan literatur yang bisa dipakai dengan pemanfaatan fasilitas internet, dengan menjelajahi situs yang berhubungan dengan iklan.

### 1.1.2 Analisis

Berdasarkan hasil observasi atau pengamatan dan wawancara , penulis menganalisis untuk mengetahui bagaimana membuat iklan yang berkualitas dan menarik sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengetahui produk dari Melia Roti dan Kue.

### 1.1.3 Perancangan

Dalam melakukan suatu rancangan ada beberapa tahapan yang harus direncanakan. Tahap pra produksi meliputi : Screen Writing yang didalamnya terdapat proses pencarian ide, penentuan tema, dan plot cerita. Lalu dilanjutkan dengan storyboard, membuat rencana anggaran, mencari tim kreatif dan menentukan lokasi saat take atau shooting berlangsung, menyiapkan properti shooting dan merancang penjadwalan.

### 1.1.4 Implementasi

Tahap ini akan ditunjukkan langkah langkah dalam pembuatan iklan mulai dari awal hingga akhir pembuatan iklan. Seperti editing video hingga proses *rendering* video yang akan dijadikan dalam format yang sesuai.

### 1.1.5 Testing

Dalam tahap ini dilakukan testing atau pengujian sistem untuk mengetahui kekurangan apa saja yang terdapat dalam iklan sebelum iklan dipublikasi.

## 1.7 Sistematika Penulisan

### BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat peneliti, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II : Landasan Teori

Bab ini menjelaskan teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail yang berkaitan dengan penelitian.

### BAB III : Analisis dan Perancangan

Membahas tentang analisa yang digunakan dalam perancangan dan pembuatan penelitian. Seperti sejarah, perancangan iklan yang akan dibuat, gambaran umum tentang iklan, dan membahas apa saja yang diperlukan dalam pembuatan iklan.

### BAB IV : Implementasi dan Pembahasan

Bagian ini menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan, tahap analisis, implementasi, desain, dan hasil implementasi.

### BAB V : Penutup

Berisi kesimpulan dan saran yang membangun dari seluruh bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan rangkuman dari

seluruh bahasan sekaligus saran untuk membuat iklan yang lebih menarik.

