

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Periklanan itu sendiri merupakan penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat. Para pemasar Amerika menghabiskan \$89 miliar lebih setiap tahunnya untuk iklan. Iklan mempunyai berbagai macam bentuk (nasional, regional, lokal, dan sebagainya) yang dirancang untuk mencapai berbagai macam tujuan (penjualan seketika, pengenalan merek, preferensi, dan sebagainya).

Penetapan tujuan periklanan harus berdasarkan keputusan – keputusan sebelumnya mengenai pasar sasaran, penentuan posisi pasar, dan bauran pemasaran. Setelah pasar sasaran, strategi penentuan posisi dan bauran pemasaran jelas, baru ditetapkan tujuan periklanan. Tujuan dari periklanan dapat digolongkan menurut apakah sasarannya untuk menginformasikan, membujuk, mengingatkan atau memperkuat.

Cake Pisang Nayla merupakan suatu bisnis di bidang makanan yang menawarkan cake atau roti yang di sajikan dengan bahan dan cara yang berbeda. Cake Pisang Nayla memiliki serangkaian produk cake pisang unggulan yang bisa menjadi pilihan alternatif Anda sebagai sajian utama ketika sanak famili datang berkunjung, atau bisa juga menjadi pilihan tepat untuk hadiah kepada orang - orang

spesial. Saat ini promosi yang dilakukan Cake Pisang Nayla yaitu dengan menggunakan media *Billboard*, Brosur dan Media Sosial.

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha, suatu perusahaan harus dapat menciptakan suatu inovasi agar dapat terus berkembang memasarkan produk yang dimilikinya, untuk melengkapi media promosi yang ada maka dibuatlah iklan. Iklan ini akan dibuat semenarik mungkin dan mudah dipahami, agar konsumen dapat mengingat pesan yang disampaikan. Diharapkan dengan adanya iklan ini maka dapat menarik minat konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "Perancangan Iklan Cake Pisang Nayla Menggunakan *Liveshoot* dan *Motion Graphics*".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis merumuskan masalah yaitu : Bagaimana Merancang Iklan Cake Pisang Nayla Menggunakan *Liveshoot* dan *Motion Graphic*.

1.3. Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang ada, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut :

1. Iklan yang dibuat menggunakan software Adobe Premier Pro CC 2017, Adobe After Effect CC 2017, Adobe Photoshop CC 2017.
2. Iklan Cake Pisang Nayla ini dibuat dengan durasi 60 detik.
3. Iklan Berisi Produk Cake Pisang Nayla.

4. Teknik yang digunakan untuk pembuatan iklan adalah *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
5. Iklan yang akan dibuat bersegmentasi pada Instagram.
6. Format video yang akan digunakan pada iklan ini menggunakan (.mp4).

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini meliputi :

1. Merancang iklan Cake Pisang Nayla.
2. Membantu perusahaan untuk dapat memberikan pelayanan sebagai promosi produk dan diharapkan dapat menambah jumlah konsumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

A. Manfaat bagi penulis :

1. Dapat menerapkan ilmu yang telah didapat di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Mendapat pengalaman cara membuat iklan secara nyata.
3. Mendapat gelar sarjana dari UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

B. Manfaat bagi Perusahaan :

1. Mengetahui seberapa penting media sosial sebagai alat untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas, agar perusahaan dapat berinovasi dalam mempromosikan produk yang dimilikinya.
2. Membantu meningkatkan pendapatan perusahaan.

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini baik dalam menyelesaikan penulisan maupun untuk menyelesaikan pembuatan iklan ditempuh melalui beberapa metode yaitu :

1. Pengumpulan data

a. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada Cake Pisang Nayla.

b. Metode Wawancara

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden yang dipilih. Adapun wawancara dilakukan dengan pihak Cake Pisang Nayla dan Owner Cake Pisang Nayla.

c. Metode Dokumentasi

Dalam metode ini penyusun mengambil data atau dokumen dari perusahaan tersebut.

d. Metode Kepustakaan

Penelitian dengan mengambil bahan-bahan dari perpustakaan serta sumber lain yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, sehingga dapat diperoleh landasan teori dalam menganalisis data yang ada dalam pembuatan skripsi ini.

2. Analisis

Melakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh. Data yang diperoleh akan dianalisis berupa data Objek, kebutuhan produksi iklan, serta kelayakan iklan itu sendiri. Dari hasil analisis dihasilkan gambaran kondisi yang ada sehingga dapat dilakukan proses selanjutnya.

3. Perancangan Iklan

Merancang proses pra produksi yang nantinya bisa mempermudah dalam proses pembuatan iklan.

4. Pembuatan Iklan

Proses pembuatan iklan berdasarkan pada rancangan iklan yang sudah dibuat terlebih dahulu.

5. Tahap Uji Iklan

Pada tahapan ini untuk mengetahui apakah ada kesalahan atau tidak dalam iklan yang telah dibuat sebelum iklan ditayangkan.

1.7. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan serta sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan secara teoritis tentang konsep dasar iklan dan perancangan iklan.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini diuraikan dan dijelaskan tahap pra produksi yang meliputi analisis dan perancangan iklan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan tahap memproduksi iklan dan menjelaskan pasca produksi iklan.

BAB V. PENUTUP

Kesimpulan dan saran dari hasil pembuatan iklan akan diuraikan pada bab ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN