

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kedai Tjoklat Djoeang merupakan kedai yang memiliki daya tarik cukup besar dikalangan masyarakat terutama anak muda. Hampir disetiap wilayah kota besar banyak terdapat kedai dimana setiap kedai menawarkan daya tarik tersendiri. Salah satunya di Kota Pati terdapat salah satu kedai yang cukup menarik yaitu Kedai Tjoklat Djoeang. Kedai Tjoklat Djoeang merupakan kedai yang memiliki 1 cabang di Kudus yang menawarkan berbagai produk, mulai dari produk yang di olah seperti kopi dan juga coklat. Daya tarik pelanggan merupakan perhatian utama setiap perusahaan agar usahanya berkembang. Salah satu cara untuk meningkatkan daya tarik pelanggan adalah dengan menggunakan promosi, salah satunya bisa menggunakan iklan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis di objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa promosi yang dilakukan Kedai Tjoklat Djoeang saat ini masih menggunakan media promosi sosial media seperti facebook, twitter, dan melalui radio. Namun hanya sebatas memberikan informasi yang sangat sedikit sehingga masyarakat belum banyak yang mengetahui tentang Kedai Tjoklat Djoeang.

Dengan permasalahan tersebut penulis bermaksud membuat video pendek untuk memperkenalkan kedai ini ke media khusus nya instagram. Video pendek

yang berbasis sinematik dan *motion graphics*. Penulis menggunakan teknik *Motion Graphic* untuk menjabarkan informasi dan fasilitas - fasilitas yang terdapat di kedai tersebut. Penulis pun menambahkan kesan sinematik pada video supaya memberikan nuansa warna dan *editing* yang lebih dramatis sehingga tampak lebih menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan tujuan yang sudah di jelaskan, adanya iklan ini diharapkan dapat memperkenalkan Kedai Tjoklat Djoeang lebih luas dan meningkatkan daya tarik konsumen. Dengan menggunakan teknik tersebut, penulis berupaya membuat video iklan ini dapat diingat oleh konsumen. Video iklan ini juga diharapkan dapat memberi variasi dalam pembuatan iklan, karena jika kita memperhatikan, terdapat beberapa iklan televisi yang telah tayang dan beberapa iklan mempunyai konsep yang sama dengan yang lain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah :

-Bagaimana membuat video iklan pada media dengan menggunakan teknik *Motion Graphic* dan sinematik pada Kedai Tjoklat Djoeang?

1.3 Batasan Masalah

Dengan tujuan untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia yang lebih kecil yaitu :

1. Iklan Kedai Tjoklat Djoeang berdurasi 60 detik

2. Teknik yang digunakan pembuatan iklan adalah *Motion Graphic, liveshoot* dan sinematik
3. Video iklan Kedai Tjoklat Djoeng tayang pada Instagram
4. Pembuatan iklan dalam penelitian ini meliputi praproduksi, produksi, dan paska-produksi
5. Iklan yang dibuat adalah iklan media online (Instagram)
6. Kualitas iklan yang dihasilkan adalah HDTV 720p 24 High Quality Video, 1280 x 720 Video Size dengan type data (.mp4).

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Tujuan bagi perusahaan :

Membuat iklan guna memperkenalkan Kedai Tjoklat Djoeng dan produk terbaru di era sekarang ini secara lebih luas melalui Instagram, sehingga daya tariknya bukan hanya pada lingkungan daerah atau kota-tempat berdirinya Kedai maupun cabangnya. Melainkan dari seluruh daerah Indonesia.

2. Tujuan bagi penulis :

Membuat serta merancang video iklan yang bisa di tampilkan pada media online (Instagram)

Sebagai syarat kelulusan Strata I Sistem Informasi pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian Skripsi ini adalah :

1. Memberikan kemudahan bagi Kedai Tjoklat Djoeang dalam melakukan promosi dan publikasi agar lebih di kenal oleh masyarakat secara luas khususnya pengguna Instagram.
2. Menerapkan ilmu yang di dapat di bangku kuliah dan mengerti tentang promosi dan publikasi menggunakan video iklan (Instagram).

1.6 Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi metode pengumpulan data dan pengembang sistem. Agar menghasilkan data dan laporan yang akurat, maka pelaksanaan disusun tahapan secara terperinci. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metodologi penelitian yang terstruktur. Metodologi penelitian sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk membantu kelancaran penyusun skripsi ini, maka diperlukan data – data dan informasi yang cukup mengenai permasalahan yang akan dibahas agar sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

Teknik pengumpulan data antara lain :

1.6.1.1 Metode Observasi

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan di teliti serta pencatatan secara cermat. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada Kedai Tjoklat Djoeng.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan pihak yang berkepentingan pada Kedai Tjoklat Djoeng.

1.6.2 Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan analisis SWOT. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari Strength (S), Weakness (W), Opportunities (O), dan Threats (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor didalam perusahaan (S dan W).

1.6.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan dibentuk Merancang konsep iklan : Merancang konsep iklan, Merancang isi iklan, Merancang naska iklan, Merancang Storyboard, dan Memproduksi iklan.

1.6.4 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukakannya review hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan, dan menentukan hasil untuk masuk tahap paska produksi (editing).

1.6.5 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di media televisi atau media lainnya seperti (youtube,instagram, dll) dangan membuat sebuah kuesioner.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab dimana masing – masing bab terdiri dari sub-sub tertentu yang saling berkaitan. Jadi setiap bab saling melengkapi dan berhubungan satu sam lain, sehingga dapat dipahami oleh pembaca. Untuk lebih jelasnya sistematika pembahasan tiap-tiap bab adalah sebagai berikut :

BAB I Pedahuluan

BAB II Landasan Teori

BAB III Analisis dan Perancangan Sistem

BAB IV Implmentasi dan Pembahasan

BAB V Penutup