

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan kemajuan teknologi saat ini, perusahaan dapat mencapai tujuan mereka dengan menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan daya tarik produk dan penjualan mereka. Adanya teknologi memungkinkan manusia untuk mendapatkan banyak kemudahan, salah satunya adalah untuk mempermudah berbagai lingkup kerja. Dengan menghasilkan ide-ide baru, konsep, dan perasaan, produk yang diiklankan akan menarik perhatian masyarakat. Iklan juga membantu memperkenalkan produk suatu perusahaan agar dikenal luas oleh masyarakat. [1].

Mahoe adalah usaha yang bergerak di bidang minuman ringan, berlokasi di Gang Bekisar, Pandean, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta, DIY. Pemilik usaha ini adalah Riski Yulianto pengusaha muda yang baru terjun ke bisnis minuman. Bisnis minuman yang belum sampai kurang dari 5 bulan ini masih tergolong baru dan juga belum dikenal oleh beberapa masyarakat. Meskipun menu minuman mereka menarik dan bervariasi, mereka masih tidak mampu bersaing dalam bisnis. Karena itu, digunakan media periklanan untuk menyelesaikan masalah ini. Ini akan meningkatkan penjualan minuman Mahoe.

Promosi saat ini menggunakan brosur, spanduk, dan MMT yang disebar melalui forum dan pameran UMKM. Media promosi yang sudah berjalan ini memiliki informasi, gambar, dan katalog mini. Akan tetapi, dengan media ini, promosi kurang efektif karena brosur, spanduk, dan pameran memiliki sifat direct marketing, yang memiliki jangkauan yang lebih luas dan memungkinkan imajinasi pembaca untuk menikmati dan memahaminya. Iklan di radio juga memiliki batas waktu, sehingga mereka tidak dapat [2].

Media periklanan yang semakin maju memiliki banyak peluang untuk mempromosikan produk/barang yang di jual dan juga lebih mudah, terutama di media online yang sering digunakan sebagai media informasi dan juga gaya hidup. Kegiatan periklanan yang membantu penjualan sangat memengaruhi ekonomi nasional. Periklanan sangat penting untuk pemasaran produk [3]. Diharapkan

dengan menggunakan video promosi iklan ini dapat membantu untuk mengenalkan usaha Mahoe kepada masyarakat luas dan penulis akan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul: "PEMBUATAN VIDEO IKLAN MAHOE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI".

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah berikut dapat dibuat berdasarkan latar belakang di atas: "Bagaimana membuat video Iklan Mahoe sebagai media promosi dan informasi?"

1.3 Batasan Masalah

Batasan Masalah dibuat untuk membuat penelitian lebih fokus dan membuat hasilnya mudah dipahami oleh pembaca adalah :

1. Penelitian dilakukan di Mahoe.
2. Menampilkan informasi dan keunggulan dari Mahoe.
3. Pengambilan video menggunakan teknik *live shoot*.
4. Perangkat yang digunakan Laptop Lenovo ideapad 330, Kamera Sony A6400 dan Mikrofon.
5. Pengambilan video *potret* dengan durasi video 2 menit format mp4 dengan kualitas video Full HD resolusi 1920 X 1080p 30Fps.
6. Software yang di gunakan Capcut desktop.
7. Video Iklan nantinya akan diunggah di akun official TikTok milik Mahoe.

1.4 Tujuan Penelitian

Berikut ini yaitu tujuan dari perancangan ini:

1. Pembuatan video Iklan sebagai media promosi pada Mahoe.
2. Untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan pelanggan.
3. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program strata I Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dikemukakan menjadi :

a) Bagi Penulis :

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer.

1. Mampu membuat penelitian dan perancangan video Iklan.

2. Meningkatkan wawasan tentang pembuatan media promosi.

b) Bagi Mahoe

1. Meningkatkan citra positif melalui video Iklan.
2. Mempunyai media promosi berupa video Iklan.
3. Membantu perancangan video Iklan.

c) Bagi Masyarakat Umum :

1. Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai keberadaan Mahoe.
2. Memberikan informasi seputar minuman teh kekinian.

1.6 Sistematika Penulisan

Dengan menggunakan metode penulisan sistematis ini, Anda dapat memahami secara keseluruhan isi masing-masing bab, seperti:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang beberapa landasan teori yang digunakan untuk mendukung proses perancangan sebuah video Iklan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang tinjauan umum, analisis, metode yang digunakan, dan tahap pra produksi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang implementasi dan pembahasan tahap pra produksi.

BAB V PENUTUP

Penutup berisi tentang kesimpulan dari hasil yang diperoleh dan saran agar lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi dari buku maupun sumber lain seperti internet yang di gunakan sebagai bahan literasi atau teori penunjang penelitian.

1.7 LAMPIRAN

Lampiran berisi print screen hasil rancang bangun video Iklan dari Mahoe.

