

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi pada era globalisasi seperti sekarang ini telah membawa pengaruh besar terhadap kemajuan dalam dunia bisnis. Untuk mencapai tujuan dari bisnis yang dijalankan, maka diperlukan strategi yang tepat. Salah satu strategi yang bisa digunakan yaitu dengan cara mempromosikan produk, jasa atau tempat usaha yang sedang dijalankan. Melalui sebuah iklan akan mempermudah sebuah perusahaan untuk memberikan informasi yang dapat disampaikan kepada khalayak umum tentang bisnis tersebut. [1]

Kondisi perusahaan kuliner di Yogyakarta pada khususnya di Kabupaten Gunungkidul diiringi dengan meningkatnya potensi pariwisata tentunya sangat berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan di daerah tersebut. Banyak sekali perkembangan yang terjadi di Kabupaten Gunungkidul ini, salah satu contohnya adalah perusahaan kuliner. Perkembangan pelaku usaha kuliner baru yang bermunculan di daerah ini mulai berinovasi agar usaha yang sedang dijalankan akan terus berkembang dan dapat bersaing dengan para kompetitor dengan cara saling berlomba untuk memberikan fasilitas dan pelayanan yang baik untuk para pengunjungnya.

Untuk mencapai perkembangan tersebut, maka salah satu penggerak yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan teknologi informasi. Teknologi informasi menawarkan banyak manfaat untuk membantu para pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan strategi pemasarannya. Salah satu teknologi informasi yang sedang berkembang pesat dan dapat dimanfaatkan untuk membantu pemasaran para pelaku

usaha kuliner adalah aktif dalam menggunakan media sosial. Media sosial memiliki kelebihan dalam menghubungkan banyak orang dari beragam wilayah dengan cepat dan mudah. [3]

Kabupaten Gunungkidul memiliki cara tersendiri untuk membangun ketertarikan para wisatawan dengan memperkenalkan salah satu potensi wisata kuliner yaitu Soto Tan Proyek. Soto Tan Proyek merupakan sebuah perusahaan kuliner dengan kategori sebuah warung makan yang beralamat di Jalan Jogja – Wonosari Km. 4 Logandeng Playen, Gunungkidul. Warung makan yang memiliki menu andalan soto dan ayam kampung ini sudah berdiri sejak 20 tahun silam. Selama ini pemilik Soto Tan Proyek dalam mengelola usahanya ternyata kurang memperhatikan strategi pemasarannya menggunakan media sosial, sehingga terdapat keterlambatan dalam menerapkan strategi pemasarannya dalam menguasai pasar.

Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemilik Soto Tan Proyek ini, penulis akan membuat perancangan *audio visual* dalam bentuk video yang akan di *upload* di media sosial seperti *Instagram*. Pemilihan media video sebagai media untuk mempromosikan produk karena video bisa di saksikan dimana saja dan merupakan media yang tahan lama yang tidak terpengaruh oleh cuaca atau faktor lain. Berbeda dengan media lain seperti media cetak seperti banner dan poster yang tidak tahan cuaca dimana media tersebut berpeluang besar untuk cepat luntur dan rusak. [16]

Harapannya dengan adanya perancangan promosi ini dapat membantu perusahaan kuliner Soto Tan Proyek bersaing dengan kompetitor-kompetitor lainnya dan tidak mudah tenggelam begitu saja seiring berjalannya waktu.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka permasalahan yang bisa dirumuskan yaitu bagaimana proses pembuatan video iklan sebagai sarana memperkenalkan produk kuliner Soto Tan Proyek kepada masyarakat luas?

## **1.3 Batasan Masalah**

1. Format video iklan yang digunakan adalah file MP4.
2. Durasi video iklan yang akan ditampilkan 1 menit.

## **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Menghasilkan media visual berupa video iklan produk kuliner Soto Tan Proyek sebagai sarana memperkenalkan kepada masyarakat luas yang akan ditampilkan melalui media sosial.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat pembuatan video iklan Soto Tan Proyek ini adalah :

1. Sebagai media referensi dan sarana pengetahuan baru kepada pembaca
2. Bagi objek penelitian dapat menjadikan video ini sebagai media dalam mempromosikan bidang usaha yang sedang dijalani.
3. Hasil dari pembuatan video ini diharapkan dapat memberikan pandangan dalam pembuatan video iklan.

## 1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian. Berikut beberapa metode penelitian yang digunakan oleh peneliti :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Sebagai penunjang keakuratan penulis dalam informasi yang akan di sampaikan maka di ambil beberapa metode pengumpulan data, yaitu :

#### 1. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke objek yang akan diteliti dengan cara melakukan pengamatan tempat usaha.

#### 2. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Wawancara dilakukan bersama Pemilik Soto Tan Proyek sekaligus yang memberikan informasi dan perijinan dalam penelitian.

#### 3. Metode Analisis

Metode Analisis yang digunakan peneliti untuk menguraikan permasalahan yang terdapat pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah video editing yang berjalan, analisis hasil solusinya, analisis kebutuhan video, dan analisis kelayakan video atau disebut dengan metode analisis SWOT.

### 1.6.2 Metode Pengembangan

Metode pengembangan yang digunakan oleh peneliti menggunakan sistem waterfall menurut Suyanto: 2006 metode ini memiliki 3 (tiga) alur utama dalam pembuatannya diantaranya sebagai berikut :

#### 1. Pra Produksi

Pada tahap ini akan dijelaskan bagaimana merancang sebuah video iklan Soto Tan Proyek, mulai dari merancang ide, konsep, naskah, dan *storyboard*.

#### 2. Produksi

Kegiatan yang dilakukan pada tahapan ini yaitu meliputi pengambilan gambar atau *shooting*, merekam suara dan pembuatan motion graphic logo.

#### 3. Pasca Produksi

Tahap ini adalah semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan di produksi secara nyata, pasca produksi meliputi kegiatan editing, pemberian efek, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video

### 1.7 Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan. Adapun uraian singkat pada setiap bab dari penulisan ini adalah:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

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

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, yang menguraikan tentang teknologi yang mendukung perancangan iklan video profil untuk media informasi.



**BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Menjelaskan gambaran umum tentang usaha Soto Tan Proyek dan menguraikan tentang analisis dari perancangan iklan video secara umum.

**BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menjelaskan tentang cara dan tahapan pembuatan video dari tahap pra-produksi hingga pasca produksi.

**BAB V KESIMPULAN**

Bagian ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun.

**DAFTAR PUSTAKA**

Bagian ini berisi tentang sumber yang di jadikan sebagai referensi atau acuan pada pembuatan tugas akhir ini.

