

BAB 1

PEBDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi yang modern ini, gadget dan internet sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk berkomunikasi dengan mudah antara satu sama lain di dunia maya, bahkan hingga mencari informasi yang dibutuhkan. Hal ini membuat internet sebagai media yang cocok untuk berbagai keperluan dan berbagai tujuan, salah satunya yaitu sebagai sarana komunikasi, mempromosikan suatu jasa atau produk untuk dikenalkan kepada khalayak umum. [1]

Semakin berkembangnya teknologi sebagai media promosi, RSA store memilih media sosial Instagram sebagai promosi produk. Hal ini dapat membuat produk menjadi menarik dan mudah diketahui masyarakat. Selain meletakkan foto pada feed Instagram, RSA store juga memiliki cara mempromosikan produk serta mempertahankan pelanggan seperti mengadakan *sale product*. Produk RSA juga seringkali berkolaborasi dengan produk ternama lain, agar menghasilkan produk baru.

RSA store merupakan usaha yang bergerak dalam bidang fashion yang berdiri sejak tahun 2012. Yang didirikan oleh Julian Dewantara, beralamatkan di Jl. K.A Gringsing 3, Pondok Mulyo, Gergunung, Klaten Utara. RSA sendiri memiliki kepanjangan Real Street Assault. Produk dari store tersebut adalah produk lokal, juga merupakan fashion dari olahraga *skateboarding* maka tidak heran jika design nya dibuat simple dan sedikit sporty.

Atas hal diatas tersebut penelitian ini mencoba menggunakan Instagram TV sebagai media promosi RSA store dengan menampilkan video iklan. Selain mudah diakses, Instagram TV memiliki penayangan video berdurasi panjang. Dapat diputar kembali untuk melihat peragaan produk oleh model. Dari Instagram TV tersebut, kita dapat mengetahui berapa banyak masyarakat yang melihat dan menyukai video iklan dibanding dengan foto saja.

Penelitian ini akan memenuhi tahapan pada komunikasi pemasaran yaitu, Attention, Interest, Desire dan Action (AIDA). Dikarenakan tahapan ini bertujuan sebagai menarik masyarakat atas produk RSA pada media promosi Instagram TV.

Berdasarkan uraian diatas peneliti mengambil judul penelitian “Perancangan dan Pembuatan Iklan RSA Store Pada Instagram TV Sebagai Media Promosi” untuk menambah daya tarik customer terhadap pembelian produk RSA.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas yang telah dikemukakan, maka peneliti mengambil permasalahan yang dapat dirumuskan: “Bagaimana cara membuat video iklan RSA Store pada Instagram TV sebagai media promosi?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ditentukan penulis diantaranya:

1. Produk yang diiklankan hanya dari RSA Store.
2. Media promosi yang digunakan Instagram TV.
3. Iklan yang akan dibuat dalam penelitian ini menggunakan pengambilan *cinematic* dan penambahan *effect* saat pengeditan video.
4. Target durasi dari video ini yaitu 1 menit 30 detik.
5. Resolusi dari video ini adalah 1080p, 60fps dan berekstensi mp4.
6. Aplikasi yang digunakan untuk editing video menggunakan Adobe Premiere Pro 2020
7. Pengujiannya komunitas multimedia dan karyawan RSA Store.
8. Pengukuran Dampak terhadap bisnis dengan menampilkan hasil *insight* Instagram TV terhadap video iklan pada RSA Store.
9. Tahap penelitian berakhir sampai video iklan diserahkan ke pihak RSA Store untuk dipublikasi di Instagram TV.
10. Hasil akhir ditayangkan di Instagram object.

1.4 Maksud Penelitian

1. Membuat dan merancang iklan pada Instagram TV guna memaksimalkan pemasaran produk lokal di kalangan remaja dalam negeri.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Membantu RSA mempromosikan produk lebih luas
2. Untuk mengetahui pengaruh video promosi iklan RSA terhadap konsumen.
3. Syarat bagi penulis untuk memenuhi tugas akhir dalam penyelesaian pendidikan Strata 1 jurusan Sistem Informasi, Universitas Amikom Yogyakarta.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat bagi peneliti

1. Penelitian ini diharapkan mampu menerapkan ilmu yang telah diraih peneliti selama masa perkuliahan.
2. Mampu membantu memberi informasi kepada konsumen mengenai produk RSA lebih jauh.

Manfaat bagi ilmu pengetahuan

1. Diharapkan penelitian ini mampu menjadi referensi dalam penelitian yang akan datang.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh peneliti dalam rangka untuk mengumpulkan informasi atau data serta melakukan investigasi pada data yang telah didapatkan tersebut. Metode yang digunakan dalam memperoleh data pada penulisan skripsi ini adalah:

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan prosedur mengumpulkan atau menganalisis wawasan data yang akurat untuk penelitian. Pengumpulan data dilakukan untuk

memperoleh informasi yang dibutuhkan sebagai mencapai tujuan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan:

1.7.1.1 Metode Kepustakaan

Merupakan metode pengumpulan data yang dilaksanakan yaitu dengan membaca dan mempelajari buku-buku sebagai bahan referensi yang berhubungan dengan masalah penyusunan skripsi ini.

1.7.1.2 Metode Wawancara

Pengumpulan data melalui tatap muka dan tanya jawab kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lebih terinci serta akurat yang berhubungan dengan penelitian.

1.7.1.3 Metode Observasi

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti, misalnya produk yang dihasilkan dan manfaat produk yang diberikan.

1.7.1.4 Metode Perancangan

Metode perancangan berisi tentang hal yang memudahkan dalam proses produksi, dalam tahap ini akan dibuat ide dan konsep, tema, story board, setting tempat, dan peralatan pendukung lainnya. Metode pengeditan video menggunakan aplikasi *Adobe Premiere Pro 2020*.

1.7.1.5 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*).

1.7.1.6 Metode Testing

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

1.8 Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika penulisan yang dipergunakan dalam penelitian ini, peneliti membagi ke dalam lima bab dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam pembahasan. Adapun penulisannya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah yang dijadikan dasar bagi penulis untuk merumuskan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori berisi teori atau konsep yang digunakan sebagai landasan berfikir dalam penelitian ini. Tinjauan teori diperoleh dari buku-buku pustaka, jurnal dan penelitian sebelumnya yang terkait dengan masalah penelitian. Selain itu juga membahas teori tentang iklan, yang didalamnya berisi manfaat, fungsi dan jenis iklan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai perancangan iklan RSA Store dengan teknik cinematic, analisis kebutuhan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab implementasi dan pembahasan berisi mengenai hasil penelitian secara menyeluruh serta hasil pengujian.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi mengenai kesimpulan yang didapat dari penelitian di bab-bab sebelumnya, serta saran yang diharapkan dapat berguna untuk pengembangan penelitian di masa mendatang

DAFTAR PUSTAKA

Bab yang berisi tentang referensi-referensi yang digunakan dalam pembuatan penelitian sebagai acuan pendukung dalam pembuatannya.

