

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan teknologi di zaman sekarang, berbagai macam strategi pada suatu perusahaan untuk mencapai suatu target bisnis dalam meningkatkan upaya daya tarik penjualan dan produk. Berbagai kemudahan didapatkan manusia dengan adanya teknologi yang tujuan utamanya adalah mempermudah dalam berbagai lingkup kerja. Dengan menciptakan kreativitas, ide-ide dan perasaan maka masyarakat akan tersentuh dengan produk yang di iklankan dan juga iklan membantu memperkenalkan produk suatu perusahaan agar di kenal luas oleh masyarakat.

Lokaly95 adalah sebuah usaha kuliner jajanan pasar seperti snack, cake, dan bakery yang berada di daerah Sleman Yogyakarta. Usaha kuliner ini di miliki oleh Fieda Hanifa salah satu pengusaha muda yang baru terjun ke bisnis kuliner. Bisnis kuliner yang belum sampai kurang dari 1 tahun ini masih tergolong baru dan juga belum dikenal oleh beberapa masyarakat. Walaupun menu makanan yang di sediakan bervariasi dan menarik, masih belum mampu bersaing di dunia usaha. Maka dari itu di carilah sebuah solusi untuk mengatasi masalah tersebut dengan sebuah media periklanan yang bakal menjadi pendorong untuk meningkatkan penjualan dari usaha kuliner Lokaly95 tersebut.

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. Keberhasilan suatu perekonomian nasional banyak ditentukan oleh kegiatan periklanan dalam menunjang usaha penjualan. Tanpa adanya periklanan, berbagai produk tidak akan dapat mengalir secara lancar ke para distributor atau penjual, bahkan sampai ke tangan konsumen atau pemakainya.[1] Diharapkan dengan menggunakan video promosi iklan ini dapat membantu untuk mengenalkan usaha Lokaly95 kepada masyarakat luas dan penulis akan menyajikan laporan

produksinya dalam skripsi yang berjudul: "Pembuatan Iklan Kuliner Lokaly95 Sebagai Media Promosi".

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana membuat video iklan kuliner lokaly95 agar dapat di sajikan sebagai media promosi?

### 1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Ruang lingkup yang digunakan adalah area atau pun menu makanan dari Lokaly95.
2. Hasil dari video berisi konten promosi dari produk yang di iklankan.
3. Hasil pembuatan iklan ini akan berbentuk video iklan kurang lebih berdurasi 59 detik karena untuk memenuhi batas maksimal durasi dari media instagram.
4. Kualitas video yang dihasilkan adalah landscape 1920p x 1080p video size dengan type data H264 (.mp4).
5. Software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini yaitu *Corel Draw, Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects, Adobe Audition*, dan *Adobe Photoshop*.
6. Teknik yang digunakan adalah motion graphic dan live shoot dengan beberapa transisi pada gambar.

### 1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian diantaranya sebagai berikut :

1. Menjadikan Lokaly95 sebagai studi kasus objek penelitian
2. Membuat media promosi pada Lokaly95 berbentuk hasil video iklan

Tujuan dari penelitian diantaranya sebagai berikut :

1. Mempromosikan kepada calon konsumen tentang kuliner Lokaly95 seperti menyajikan informasi lokasi, menu dan akun media dari

Lokaly95.

2. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari disusunnya skripsi ini adalah sebagai berikut:

### a. Bagi Penulis:

1. Dapat menambah dan memperoleh pengetahuan atas teori yang diajarkan menyangkut perancangan iklan.
2. Dapat menyusun skripsi pada program S1 Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

### b. Bagi Lokaly95

1. Memperkenalkan menu makanan kuliner yang ada di Lokaly95.
2. Menambah media promosi pada Lokaly95.

## 1.6 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, perlu adanya metode penelitian yang tepat agar tujuan dalam penelitian dapat tercapai. Untuk itu penulis menerapkan berbagai metode penelitian, yaitu:

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara

Metode ini melakukan tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi yang di butuhkan sebagai bahan analisis dan penelitian.

#### 2. Observasi

Metode ini dilakukan oleh penulis untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengamati dan menentukan poin-poin penting yang akan di jadikan objek pembuatan iklan.

#### 3. Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui jurnal, skripsi, internet dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk

melakukan perancangan video iklan.

#### **1.6.2 Metode Analisis Data**

Metode yang digunakan oleh penulis berdasarkan hasil wawancara dan observasi dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis SWOT dan analisis kebutuhan.

#### **1.6.3 Metode Perancangan**

Metode perancangan yang digunakan adalah tahap pra produksi yang meliputi perencanaan ide, perencanaan konsep, pembuatan naskah, dan pembuatan storyboard.

#### **1.6.4 Metode Pengembangan**

Metode pengembangan meliputi tahap produksi dan tahap paska produksi. Pada tahapan produksi melakukan pengambilan gambar di lokasi objek penelitian dan untuk tahapan pasca produksi melakukan proses pengeditan seperti pemberian efek animasi, color grading, pengabungan audio dan video.

#### **1.6.5 Evaluasi**

Metode evaluasi digunakan untuk menguji kelayakan atau standarisasi video iklan yang telah dibuat dengan menggunakan metode pengujian *alpha testing* dan *beta testing*. Proses ini menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert sebagai penilaian yang sistematis.

#### **1.7 Sistematikan Penulisan**

Agar penyajian laporan mudah dimengerti, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, analisis, perancangan, pengembangan, evaluasi, serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bagian ini menjelaskan teori konsep dasar iklan, teori promosi, dasar dasar multimedia, dan teori teknik yang digunakan sebagai pendukung pembuatan video.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah iklan.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menguraikan lebih rinci tentang implementasi dari pengembangan dan pembahasan hasil video iklan Lokaly95.

### **BAB V PENUTUP**

Bagian ini berupa kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan atau kelemahan dari iklan yang dibuat serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.

