

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media informasi kini terus mengalami perkembangan yang sangat pesat beriringan dengan berkembangnya teknologi. Media informasi menjadi suatu hal yang sangat penting dan diperlukan karena melalui media informasi dapat memberikan manfaat apabila informasi yang disampaikan dibuat tepat sasaran.

Media periklanan yang semakin maju memiliki banyak peluang untuk mempromosikan produk yang di jual dan juga lebih mudah. Media online menjadi sangat layak untuk dijadikan sebagai sarana guna menyebarkan berbagai jenis iklan produk-produk kebutuhan masyarakat. Keberagaman iklan online yang menarik serta mudah dipahami akan semakin menambah minat konsumen untuk mencari tahu lebih detail mengenai berbagai spesifikasi produk yang ditawarkan.[1]

Video dapat menyajikan informasi, menggambarkan suatu proses dan tepat mengajarkan keterampilan, meningkatkan dan mengembangkan waktu serta dapat mempengaruhi sikap. Hal ini dipengaruhi oleh ketertarikan minat, dimana tayangan yang ditampilkan oleh media video dapat menarik gairah rangsang (stimulus) seseorang untuk menyimak lebih dalam.[2]

Sebuah perusahaan perlu menetapkan tujuan promosi yang akan membantu tercapainya tujuan perusahaan secara lebih luas. Diantara tujuan promosi diantaranya yaitu, memberikan informasi pada konsumen potensial mengenai produk yang ditawarkan, dimana konsumen bisa membeli dan beberapa

harga yang ditetapkan dan juga untuk mempromosikan produk dengan menekankan keunggulan produknya dibandingkan produk pesaing. Strategi seperti iklan dapat membantu perusahaan.[3]

Chop Chop Chicken merupakan sebuah usaha di bidang kuliner. Usaha yang berlokasi di daerah Sleman, Yogyakarta ini di dirikan oleh Lusy dan kawan-kawannya dari alumni STIE YKPN Yogyakarta yang mana usaha tersebut barudijalaninya pada tahun 2018. Chop Chop Chicken baru memiliki satu gerai toko tepatnya di Jalan Sepak Bola No 121, Ngropoh, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Memiliki akun Instagram *@chopchopchicken_* dengan 472 followers, didalamnya memuat berbagai informasi mengenai alamat, nomor telepon, jam buka toko, serta terpajang 27 foto yang menampilkan produk dari Chop Chop Chicken. Walaupun menu makanan yang di sediakan memiliki pilihan yang bervariasi, Chop Chop Chiken ingin lebih dikenal di masyarakat khususnya di daerah Yogyakarta. Permasalahan yang dihadapi oleh Chop Chop Chicken dalam mempromosikan produknya adalah dikarenakan promosi melalui media sosial Instagram yang belum dimaksimalkan. Chop Chop Chicken sendiri belum memiliki video iklan yang mempromosikan makanan-makanannya hanya saja berupa foto-foto menu dan makanan yang terpajang di Instagram. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti akan membuat sebuah video iklan, dimana di video tersebut akan menampilkan varian menu-menu dari Chop Chop Chicken. Diharapkan dari video iklan tersebut dapat menampilkan berbagai informasi yang dibutuhkan untuk memperkenalkan Chop Chop Chicken. Video iklan tersebut juga nantinya akan di iklankan di media sosial Instagram milik Chop Chop

Chicken.

Maka dari itu berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk membuat sebuah video iklan promosi produk makanan yang dimiliki Chop Chop Chicken yang diharapkan membantu dalam meningkatkan calon konsumen dan penjualan Chop Chop Chicken.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana proses pembuatan video iklan sebagai media promosi pada Chop Chop Chicken”.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari lebarnya pembahasan dan penelitian ini lebih fokus dan terarah, maka masalah yang dibahas akan dibatasi. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dilakukan di Chop Chop Chicken.
2. Hasil implementasi video ini menerapkan *live shoot*, *stop motion*, dan *typography*.
3. Dalam video ini akan menampilkan produk makanan dari Chop Chop Chicken.
4. Software yang digunakan dalam penelitian ini adalah Adobe Premier Pro CS6, Adobe Photoshop CS6.
5. Sasaran atau target pada penelitian ini adalah untuk masyarakat khususnya yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta.
6. Iklan di tayangkan pada media sosial Instagram milik Chop Chop Chicken.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk membuat video iklan yang memuat informasi-informasi mengenai produk makanan yang ditawarkan Chop Chop Chicken kepada masyarakat khususnya yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga Chop Chop Chicken semakin dikenal.
2. Sebagai bentuk pemenuhan syarat untuk menyelesaikan program sarjana Strata 1 pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diantaranya adalah:

1. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori-teori yang diajarkan menyangkut perancangan sebuah iklan.
2. Semakin dikenalnya usaha restoran Chop Chop Chicken dikalangan masyarakat Yogyakarta dan juga untuk memudahkan pihak Chop Chop Chicken dalam mempromosikan produk yang ditawarkan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menggunakan metode penelitian Kualitatif Interaktif, dimana dalam metode ini ditandai dengan adanya interaksi antara peneliti dengan yang di teliti. Dalam pengumpulan data terdapat proses komunikasi langsung antara peneliti dengan yang diteliti (individu, kelompok sosial atau masyarakat). Data penelitian diperoleh langsung dari informan/partisipan dari peristiwa yang diteliti melalui interview/wawancara atau

observasi/pengamatan.[4] Metode penelitian yang peneliti gunakan dalam perancangan dan pembuatan video iklan ini, di antaranya sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian untuk memperoleh data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain:

1. Observasi

Pengambilan data dengan metode observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian yaitu Chop Chop Chicken yang dilakukan pada Maret 2019 untuk kebutuhan pengambilan gambaran-gambaran yang jelas mengenai permasalahan.

2. Wawancara

Pada metode ini peneliti melakukan wawancara tanya jawab secara langsung kepada Lusy selaku pemilik Chop Chop Chicken pada April 2019 untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan sebagai bahan analisa dan penelitian.

3. Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui jurnal, skripsi, internet, dan buku yang berada di Perpustakaan Universitas Amikom Yogyakarta pada bulan April 2019 sebagai bahan referensi serta panduan untuk mendukung penyusunan skripsi.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis digunakan untuk menunjang pembuatan video promosi sehingga sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Pada penelitian ini menggunakan analisis *SWOT* untuk mengevaluasi empat faktor yakni Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threat (ancaman) untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari iklan promosi Chop Chop Chicken.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan merupakan suatu cara atau tahapan yang dilakukan dalam sebuah proses perancangan, metode ini dibutuhkan untuk memudahkan perancangan dalam mengembangkan ide rancangan. Diantara tahapannya adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahapan awal dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum memulai pembuatan video, hal ini meliputi perancangan ide, perancangan konsep, pembuatan naskah, pembuatan storyboard.

2. Tahap Produksi

Tahap produksi merupakan periode dimana proses pembuatan video mulai dilakukan, diantaranya seperti proses syuting pengambilan gambar, perekaman suara, tata pencahayaan.

3 Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode dimana semua aktivitas yang terjadi pada saat proses produksi telah diselesaikan. Tahap pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial dan efek suara, pencampuran audio dan video, serta persetujuan dari pihak Chop Chop Chicken atas video yang telah dibuat.

1.6.4 Evaluasi

Setelah tahap pembuatan video telah selesai, peneliti mengamati kembali apakah ada kesalahan pada proses editing atau tidak. Kemudian peneliti akan melakukan pengkajian dengan menggunakan metode *alpha test* dan *beta test* yakni melakukan pengujian terhadap hasil video yang telah dibuat dan dengan menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert sebagai penilaian yang sistematis. Apabila semua sudah sesuai, maka peneliti menyerahkan video hasil rendering ke Chop Chop Chicken untuk dipublikasikan di Instagram milik mereka.

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, evaluasi, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang teori-teori dasar dan pengertian-pengertian secara umum mengenai iklan video promosi serta menjelaskan software apa saja yang digunakan dalam pembuatannya.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

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

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan lebih rinci mengenai implementasi dari pembuatan dan hasil dari pembuatan iklan video promosi Chop Chop Chicken.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan seluruh bab sebelumnya sekaligus pembahasan mengenai manfaat dan kelebihan dari video iklan yang dibuat dan saran-saran membangun yang berisi kekurangan atau kelemahan dari video iklan yang dibuat serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.