

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin maju nya sebuah zaman itu juga merubah banyak hal di dunia ini seiring berjalan nya waktu harus mengikuti perkembangannya supaya tidak tertinggal dan tetap bisa bersaing dan begitu pula halnya dengan perkembangan periklan disetiap waktu akan selalu berubah maka dari setiap pemilik usaha harus menyesuaikan cara periklanannya supaya tetap eksis dan juga bagi pemilik usaha baru bisa lebih bersaing dalam memasarkan produk atau jasa yang akan ditawarkan.

Steak Addict adalah sebuah restoran yang sudah berdiri sejak tahun 2012 dan berpindah - pindah tempat nya tapi dalam wilayah kota jogja dan sekarang beralamatkan di Jogja Paradise Jl. Magelang Tridadi, Kutu Tegal, Sinduadi, Kec. Sleman, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Steak Addict pada awalnya menjual hanya khusus makan western berupa steak dan seiring berjalan nya waktu mereka menambah beberapa menu menu lain yang juga menggugah selera seperti monster grill

Ditempat baru Steak Addict sekarang memberikan suasana outdoor anda juga mendapatkan fasilitas mushola, gereja, wifi yang kencang serta sekarang juga sering mengadakan *live music* di tiap minggunya oleh band dan penyanyi lokal yang mayoritas mahasiswa.

Media periklan yang semakin maju memiliki banyak peluang untuk mempromosikan produk/barang yang dijual 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 periklan dalam menunjang usaha penjualan, tanpa adanya periklan, berbagai produk tidak dapat mengalir secara lancar kepara distributor atau penjual bahkan sampai ketangan konsumen dan pemakainya.[1]

Saat ini media promosi yang dilakukan oleh Steak Addict berupa gambar, video dan stories yang di upload di Instagram, Dengan membuat media periklan berupa video iklan steak addict menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*, maka para calon konsumen bisa lebih mengenal dan paham tentang informasi apa saja yang ada, dengan ini secara tidak langsung calon pelanggan mengetahui informasi apa yang disajikan dalam video tersebut sehingga dapat membuat para konsumen tertarik.

Teknik – teknik mutakhir penyuntingan gambar video bahkan sudah mampu menyusun dan merangkai gambar – gambar tersebut kesuatu penggambaran baru yang berbeda sama sekali atau bahkan masih berupa rekaan sekalipun, jadi bukan sekedar apa adanya lagi, semua itu tentu saja menurut kehendak dan sesuai dengan tujuan sang pembuatnya untuk menggiring penonton menerima pesan yang mereka sampaikan[2]

Dengan ini mengambil kesimpulan untuk menjadikan Steak Addict sebagai bahan studi kasus.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Dari hasil latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan dapat dirumuskan adalah bagaimana cara “Perancangan Dan Pembuatan Video Steak Addict Sebagai Media Periklanan”.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pembahasan diatas maka lingkup pembahasan dan perancangan sistem yang akan dibahas dibatasi hal-hal berikut :

1. Penelitian ini hanya sebatas pembuatan video iklan video dengan format mp4 dengan resolusi full hd 1080p.
2. Iklan berdurasi 45 detik.
3. Iklan ini menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
4. Pembuatan iklan ini menggunakan aplikasi Adobe Photoshop cs6, Adobe Premier Pro cs6.

5. Iklan hanya melingkupi area dan menu yang ada di Steak Addict.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian adalah:

1. Sebagai syarat kelulusan di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Memperkenalkan steak addict melalui media periklanan .
3. Menjadikan Steak Addict sebagai studi kasus.

Tujuan dari penelitian adalah :

1. Menyajikan informasi yang ada di steak addict seperti menu dan fasilitas yang menunjang lainnya dengan media periklanan
2. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Komputer di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat bagi steak addict :

1. Dapat memperkenalkan fasilitas dan menu melalui video.
2. Sebagai bahan pertimbangan untuk memilih iklan.

1.6 Metode Penelitian

Bagian ini menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

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

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode ini melakukan tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan sebagai bahan analisa dan penelitian.

1.6.2 Metode Pengembangan sistem

1.6.2.1 Metode analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yaitu dengan menganalisis apakah iklan layak atau tidak yang digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari video iklan Steak Addict Yogyakarta.

1.6.2.2 Metode Perancangan

Perancangan ini masuk kedalam pasca produksi digunakan dalam merancang video iklan secara baik sebelum diproduksi adalah perencanaan konsep, pembuatan naskah, *storyboard* dan analisa teknik produksi yang diterapkan.

1.6.2.3 Metode Pengembangan

Metode ini masuk kedalam produksi dan pasca produksi yang dimana dalam tahap ini meliputi kegiatan syuting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan dan pemilihan kamera, dan pada pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video.

[4]

1.6.2.4 Testing

Tahap *testing* dilakukan setelah menyelesaikan tahap pembuatan dengan menjalankan video dan mengevaluasi video bersama pemilik objek penelitian dan menentukan pemilik sudah puas dengan hasil video.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk membuat penyajian mudah dipahami Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan.

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dibagian landasan teori akan membahas tinjauan pustaka, dasar teori, iklan, konsep dasar video, konsep teknik live shoot, motion graphic, tahapan

produksi, analisis swot dan testing.

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 perancangan dan hasil perancangan video iklan Steak addict.

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.

