

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Promosi dengan media audio visual adalah salah satu cara yang dilakukan untuk memperkenalkan keunggulan produk sebuah perusahaan. Dengan cara ini maka perusahaan dapat menyebarluaskan informasi suatu produk kepada calon konsumen yang potensial, dapat menaikkan penjualan serta laba/keuntungan dan dapat membentuk citra produk di mata konsumen.

Keunggulan bersaing perusahaan, sesungguhnya adalah keunggulan komunikasi sehingga masalah dalam bersaing adalah masalah dalam berkomunikasi. Jika Anda berhasil dalam periklanan, kemungkinan anda akan berhasil dalam bidang bisnis, agama, politik atau aktivitas lain yang membutuhkan komunikasi massa (M. Suyanto, 2003).

Lemonade YK merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner yang beralamatkan di Stand B23 Sevensky-Rooftop Lippo Plaza Jogja, Jalan Laksda Adi Sucipto Nomor 32-34, Demangan, Gondokusuman, Yogyakarta dan Jalan Perumnas (Selatan Loops Cafe) Kledokan Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta. Selama ini promosi yang dilakukan Lemonade YK hanya menggunakan foto testimoni dari para pelanggan yang diunggah di Aplikasi Instagram , yang dinilai kurang membantu dalam menarik minat membeli para konsumen.

Dari permasalahan tersebut, peneliti berusaha memberikan inovasi media promosi pada Lemonade YK dalam bentuk video yang akan dibuat untuk

meningkatkan lebih banyak konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Lemonade YK.

Media promosi yang akan digunakan pada Lemonade YK ini akan menggunakan Teknik *Macro Shooting* yang akan dikuatkan lagi pada bagian Editing dan Coloring. Karena selain Teknik *Macro Shooting*, proses *Editing* dan *Coloring* merupakan salah satu proses penting yang hasilnya sangat berpengaruh terhadap peningkatan daya tarik konsumen. Maka pembuatan media promosi ini memiliki guna dalam mendorong peneliti untuk dapat memaksimalkan pembuatan video iklan ini.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana Membuat Iklan Sebagai Media Promosi pada Lemonade YK dengan Menggunakan Teknik *Macro Shooting*.”

### **1.3 Batasan Masalah**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka batasan masalah yang dilampirkan, yaitu :

1. Penelitian hanya sebatas pembuatan video iklan produk.
2. Iklan dibuat untuk Lemonade YK sebagai media promosi dalam bentuk video.
3. Video iklan menggunakan Teknik *Macro Shooting*.
4. Hasil pembuatan iklan ini akan berbentuk video berdurasi 29 detik.
5. Export hasil editing video menggunakan format *file* video .MP4 dengan *frame rate* 29,97 *fps* dan dengan kualitas video Full High-

Definition (Full HD) resolusi 1920 pixels x 1080 pixels.

6. Software yang digunakan Adobe Premier Pro CC 2017, Adobe Audition CS 6 dan Adobe Illustrator CS 6.
7. Hasil video akan diserahkan kepada pemilik Lemonade YK.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Jurusan Sistem Informasi.
2. Membantu dalam membuat video iklan sebagai media promosi pada Lemonade YK.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Objek
  - a. Dapat membantu menaikkan penjualan serta laba/keuntungan.
  - b. Dapat membantu dalam membentuk citra produk di mata konsumen.
2. Bagi Mahasiswa
  - a. Menemukan metode penuangan gagasan secara efektif dan kompleks melalui visual yang tepat.
  - b. Pembelajaran tentang membuat komunikasi visual untuk mensukseskan sebuah video iklan sesuai dengan target objek yang dituju.

## 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, seperti :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Diperlukan data-data yang nantinya sangat mendukung dalam perancangan, oleh sebab itu penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

1. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada Lemonade YK untuk mencari semua data yang diperlukan, apakah Lemonade Yk mempunyai media promosi sebelumnya, seperti apakah jenis media promosi yang digunakan pada Lemonade YK, bagaimana pengaruh media promosi terhadap penjualan, dan sudah adakah media promosi berbentuk video.

2. Metode Observasi

Melakukan pengamatan langsung pada media sosial yang dimiliki Lemonade YK, mengamati langsung apa sajakah bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan salah satu produk Lemonade YK, dan mengamati langsung bagaimana cara membuat salah satu produk Lemonade YK.

### 1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai menggunakan model analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*), analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional. Analisis kebutuhan fungsional membahas tentang informasi-informasi yang dihasilkan oleh sistem. Sedangkan analisis kebutuhan non fungsional membahas tentang kebutuhan *software, hardware* dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

### 1.6.3 Metode Pengembangan

Metode pengembangan yang dilakukan merupakan tahap pra produksi, tahap produksi dan paska produksi.

Pada tahap pra produksi ini dilakukan perancangan persiapan yang dibutuhkan, termasuk ide atau konsep, penulisan *storyboard* hingga perencanaan produksi.

Pada tahap produksi ini bertujuan untuk mengimplementasikan ide, konsep hingga *storyboard* yang telah terkumpul pada tahap pra produksi. Diawali dengan pengambilan gambar dan suara sesuai konsep atau rencana pada pra produksi.

Kemudian pada tahap akhir yaitu paska produksi, dilakukan *transferring* dan seleksi data, lalu dilanjutkan dengan proses *editing* dan pengujian hingga tahap *rendering* video yang telah selesai diedit.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini memuat uraian secara garis besar isi dari skripsi yang terdiri dari 5 Bab atau sub pokok pembahasan sebagai berikut :



## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, definisi multimedia, definisi iklan, tahapan pembuatan iklan, pengertian Teknik *Macro Shooting*, dan *Color Grading*.

## **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini membahas tentang tinjauan umum atau deskripsi singkat objek penelitian yaitu Lemonade YK yang diperoleh dari pengumpulan data, kemudian membahas analisis SWOT, analisis kebutuhan dan analisis pra-produksi.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan dan perancangan iklan Lemonade YK pada saat pengambilan video, proses pemilihan video, dan proses editing.

## **BAB V PENUTUPAN**

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang membangun dari penyusunan skripsi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku referensi-referensi yang menjadi acuan dalam proses penyusunan skripsi tersebut.