

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan bisnis jaman sekarang, berbagai macam strategi pada suatu perusahaan untuk mencapai suatu target bisnis dalam meningkatkan upaya daya tarik penjualan dan produk. Salah satunya adalah media periklanan Videotron. Videotron saat ini menjadi solusi dalam dunia periklanan. Videotron mampu memberikan tampilan yang kreatif dan juga memberikan informasi yang lebih informatif. Dengan menciptakan kreativitas, ide-ide dan perasaan maka masyarakat akan tersentuh dengan produk yang diiklankan dan juga iklan melalui videotron dapat membantu memperkenalkan produk suatu perusahaan agar di kenal luas oleh masyarakat.

Warung Sate Samimoro adalah usaha yang bergerak di bidang jasa boga atau kuliner yang beralamat di jalan wates km 7, Balecatur, Gamping, Sleman, Yogyakarta berdiri sejak 1998 hingga sampai sekarang. Dulu dan sampai saat ini promosi yang digunakan pada Warung Sate Samimoro menggunakan kartu nama, dengan memberikan satu kartu nama pada setiap konsumen yang selesai bertransaksi. Ketika pembukaan cabang warung Sate Samimoro melakukan promosi melalui brosur, namun isi pesan pada brosur kurang menyentuh dan informasi dalam brosur bukan menu utama melainkan menu pendukung. Dari pengamatan tersebut, Warung Sate Samimoro menargetkan untuk meningkatkan

mutu suatu produk serta fasilitas *mode* rumah makan yang nyaman kepada calon konsumen atau masyarakat dibuatnya media promosi yang berupa video dengan isi pesan yang inovatif dan kreatif.

Pada periklanan Sate Samimoro ini akan menggunakan teknik Live shoot, juga beberapa teknik pengambilan *greenscreen*. Teknik live shoot menjadi element penting karena berupa pengambilan gambar bergerak yang disempurnakan dengan proses editing untuk memperkuat pesan atau informasi yang disampaikan. Melihat latar belakang maka mendorong penulis membuat penelitian dengan judul “Pembuatan Iklan sebagai Media Promosi pada Sate Samimoro Gamping”. Hal ini dilakukan agar semaksimal mungkin membuat sebuah video iklan yang diharapkan masyarakat mengunjungi dan meningkatkan daya penjualan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yang akan menjadi pokok bahasan yaitu, bagaimana membuat iklan Warung Sate Samimoro Gamping?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Iklan di buat untuk Warung Sate Samimoro sebagai media promosi dalam bentuk video.
2. Peneliti menerapkan teknik live shoot dengan ada pengambilan gambar secara *greenscreen*.

3. Hasil pembuatan iklan ini akan berbentuk video iklan kurang lebih berdurasi 30 detik.
4. Informasi yang ditampilkan dalam iklan adalah menu utama dan beberapa menu pendukung.
5. Hasil video iklan akan ditayangkan pada videotron Java Ads dan spot di area kleringan Jl Abu Bakar Ali Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat iklan video sebagai media promosi dengan menerapkan teknik live shoot.
2. Memperkenalkan menu legend Sate Kambing Samimoro kepada masyarakat luas.
3. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada prodi 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 memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan pengetahuan menyangkut perancangan iklan.
 2. Memperoleh gambaran nyata tentang Sate Samimoro
 3. Dapat menyusun skripsi pada program studi S1 Sistem Informasi Universitas "AMIKOM" Yogyakarta.

- b. Bagi Samimoro
 1. Memperkenalkan menu sate yang ada pada Warung Makan Samimoro
 2. Menambah media promosi pada Sate Samimoro

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. Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain:

a. Metode Observasi

Metode ini peneliti mengumpulkan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Warung Sate Samimoro untuk kebutuhan pengambilan gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan peneliti.

b. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada makerting Samimoro untuk mencari data tentang Sate Samimoro sebagai bahan analisa dan penelitian.

c. Metode Studi Pustaka

Yaitu mengumpulkan data dengan membaca buku-buku dan sumber lain untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan.

2. Metode Analisis

Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional. Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh iklan dari segi informasi. Kebutuhan non fungsional terdiri dari *software*, *hardware* dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

3. Metode Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan tahapan pertama dalam pembuatan iklan yaitu tahap pra produksi sesuai rancangan yang telah dibuat.

4. Pembuatan

Melakukan tahapan produksi yang meliputi pengambilan gambar , dilanjutkan dengan pengeditan video yang menggabungkan dengan beberapa teknik. Kemudian dilanjutkan tahap terakhir pra produksi meliputi pembuatan narasi , backsound hingga tahap terakhir rendering.

5. Implementasi dan Evaluasi

Peneliti melakukan testing terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan di videotron Yogyakarta.

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, defnisi multimedia, definisi iklan, tahapan pembuatan iklan, pengertian teknik live shoot dan motion graphic.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan, ide cerita pada iklan, naskah, story board serta penerapan teknik live shoot pada iklan Sate Samimoro

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan iklan Sate Samimoro pada saat pengambilan video, proses pemilihan video, proses editing dan proses penggabungan video dengan gambar.

BAB V PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

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

