

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang masalah

Iklan menjadi salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran suatu produk perusahaan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka melalui berbagai media periklanan tidak terkecuali Kedai katira.

Kedai katira mempunyai misi untuk mengenalkan makanan asia serta timur tengah. Tingginya perkembangan dan persaingan tempat kuliner di Yogyakarta terutama kedai dan coffeeshop maka dibutuhkan media promosi khususnya iklan. Selain cepat dan akurat informasi yang disampaikan dapat dikemas secara menarik dan mudah dimengerti.

Media promosi yang sudah digunakan Kedai Katira melalui sosial media seperti facebook, twitter, Instagram dan media brosur dianggap sudah kurang efektif untuk media promosi produk dan layanan Kedai Katira, karena tidak sedikit konsumen yang mengetahui bahwa di Kedai Katira menyediakan produk kopi dan makanan asia serta timur tengah, oleh karena itu maka dirancanglah pembuatan iklan tv sebagai media promosi kedai ini.

Diharapkan dengan adanya iklan ini dapat membuat promosi melalui media televisi yang membantu memberikan gambaran dan kemudahan kepada konsumen tentang informasi produk dan layanan yang terdapat di KEDAI KARTIKA YOGYAKARTA

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana merancang dan membuat iklan mempromosikan produk dan layanan dari KEDAI KATIRA YOGYAKARTA.

## 1.3 Batasan Masalah

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

1. Perancangan dan pembuatan video iklan ini sebagai sarana untuk membantu memasarkan layanan dan produk .
2. Software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah Adobe After Effect CS6, Adobe Illustrator CS6, Adobe Premiere Pro CS6, Adobe Audition CS6.
3. Video ini minimal dapat diputar di perangkat desktop dengan format Mp4.

## 1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Merancang dan membuat video iklan tentang layanan dan produk di KEDAI KATIRA YOGYAKARTA.
2. Sebagai salah satu media untuk promosi layanan dan produk di KEDAI KATIRA YOGYAKARTA.

### 1.5 Metode Penelitian

Berikut metode penilaian yang penulis terapkan

1. Metode Pengumpulan Data : Metode Studi Kepustakaan, Metode Sejarah/Wawancara.
2. Metode Analisis : Analisis SWOT, Analisis kebutuhan sistem (Kebutuhan fungsional dan nonfungsional, kebutuhan perangkat lunak dan keras, kebutuhan sumber daya manusia,) Studi kelayakan sistem.
3. Metode Perancangan : Pra Produksi (Ide cerita, Tema, Rancangan Naskah iklan, Rancangan *Storyboard*, Rancangan Anggaran).
4. Metode Pengembangan : Produksi (Pengambilan foto dan video, Pembuatan Design Grafis, Dubbing), Pasca Produksi (*Editing, Rendering*).

### 1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut.

## BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan dalam berkembangnya teknologi periklanan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan metode pengumpulan data, seperti metode penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang pengertian multimedia dan jenis media promosi dan teknik visual efek apa saja yang dipakai dalam perancangan video iklan KEDAI KATIRA YOGYAKARTA.

## **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan video iklan.

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

Bab ini menjelaskan tentang proses dan hasil perancangan video iklan.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan.

## **DAFTAR PUSTAKA**