

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan berkembangnya teknologi dari perkembangan zaman seperti saat ini sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Berbagai kemudahan didapatkan manusia dengan adanya teknologi yang tujuan utamanya adalah meningkatkan kinerja manusia dan memudahkan dalam berbagai lingkup kerja. Salah satunya teknologi membuat video yang semakin mudah untuk digunakan.

Video promosi merupakan sebuah media berbasis multimedia yang sangat membantu perusahaan untuk memasarkan sebuah produk dan jasanya. Multimedia merupakan pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan link dan tool yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi (Hofstetter, 2001),[1]

Kedai Mat Moen merupakan sebuah restoran atau tempat makan dengan berbagai macam menu yang berada di kota Boyolali. Kedai Mat Moen mempunyai menu-menu yang spesial dan berbeda dengan restoran lain, di sana terdapat menu spesial masakan-masakan jawa yang tidak terdapat di restoran lain dan adapula menu-menu eropa sehingga pengunjung bisa memilih masakan sesuai selera masing-masing. Kedai Mat moen selama ini belum dikenal banyak orang sebagai

tujuan kuliner di Boyolali. Masih kurangnya media promosi yang menerangkan keunikan maskan dan tempat kuliner tersebut.

Sekarang ini kedai Mat Moen promosi yang digunakan hanya menggunakan instagram, dimana pada instagram hanya bisa menayangkan gambar dan video dengan durasi paling lama satu menit. Dengan waktu yang singkat tersebut membuat iklan terkadang kurang tersampaikan secara penuh. Video promosi diduga hal yang paling tepat untuk mengatasi kekuarangan dan memaksimalkan upaya promosi yang ada selama ini. Dengan adanya video ini harapannya dapat membantu untuk mengonalkan kedai Mat Moen kepada masyarakat luas.

Oleh sebab itu penulis tertarik untuk membuat video promosi yang akan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul: "Pembuatan Iklan "Kedai Mat Moen" Sebagai Media Promosi"

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan yaitu *"Bagaimana Pembuatan video Kedai Mat Moen agar dapat dijadikan sebagai media promosi?"*.

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini, dibatasi ruang lingkup yang lebih sempit yaitu :

1. Iklan kedai Mat Moen ini dibuat dengan durasi 2 menit 40 detik.
2. Iklan berisi tentang suasana dan menu spesial yang berada di kedai Mat Moen.

3. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini yaitu, Adobe Premiere, Adobe After Effects, Adobe Audition, Adobe Photoshop, Corel Draw.
4. Teknik yang digunakan *live shoot*.
5. Iklan ditayangkan melalui Youtube dan Facebook.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini secara garis besar sebagai berikut :

1. Menyajikan informasi menu dan suasana dari kedai Mat Moen.
2. Melakukan studi kasus pembuatan video untuk promosi kedai Mat Moen.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah

1. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan sistem informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Membantu promosi dan publikasi sehingga akan menarik konsumen untuk berkunjung ke kedai Mat Moen.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai kedai Mat Moen.

#### 2. Observasi

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

#### 3. Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

### 1.6.2 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT (*Strenght, Weaknesex, Oportunity, Threat*) yaitu dengan menganalisis apakah iklan layak atau tidak yang digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan video iklan kedai Mat Moen.

### 1.6.3 Metode Perancangan Dan Pengembangan

Metode perancangan yang digunakan untuk membuat video iklan ini adalah metode perancangan Pra-produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

#### 1.6.4 Evaluasi

Metode evaluasi yang digunakan yaitu dengan melakukan uji coba standarisasi iklan objek kedai Mat Moen sesuai yang diinginkan.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

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

##### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, evaluasi, serta sistematika penulisan.

##### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, teori promosi, dasar-dasar editing video, dan software yang digunakan dalam proses editing video.

##### **BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN**

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 akan diuraikan lebih rinci tentang implementasi dari perancangan dan hasil perancangan video iklan kedai Mat Moen.

## **BAB V. PENUTUP**

Bagian ini berisikan 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 serta kelemahan iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.

