

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sekarang ini kita berada di era yang penuh kecanggihan dan serba praktis. Termasuk di dalamnya adalah perkembangan informasi teknologi yang berkembang pesat di dunia. Dengan adanya perkembangan tersebut dibarengi dengan berkembangnya media sosial. Termasuk fungsi dari media sosial itu sendiri yang dahulu dipergunakan untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi sekarang juga semakin banyak bisnis melalui media sosial. Dengan banyaknya orang yang mengakses media sosial menjadi alasan bagi pelaku bisnis untuk berada didalamnya.

Kerupuk Tahu Cahaya Tidar merupakan usaha yang terletak di kota Magelang yang bergerak dibidang pangan berupa kerupuk tahu itu sendiri dan juga oleh-oleh khas kota Magelang. namun promosi yang dilakukan saat ini hanya melalui brosur dan radio. kelemahan dari promosi melalui brosur adalah hanya berupa teks dan gambar saja sehingga kurang bisa mengilustrasikan keunggulan dari kerupuk tahu itu sendiri yaitu video proses-proses yang tidak dapat ditampilkan melalui brosur. sedangkan media radio kini sudah jarang digunakan.

Dari masalah tersebut penulis akan mengimplementasikan video profil sebagai promosi untuk Kerupuk Tahu Cahaya Tidar. Video profil ini mencakup 5 unsur multimedia antara lain audio, video, gambar, teks dan animasi. dimana teknik pembuatan video tersebut menggabungkan *live shoot*

dan *motion graphic* Sebagai media promosi pilihan. Keunggulan dari *motion graphic* sendiri yaitu menggabungkan beberapa aspek seperti audio dan visual guna menonjolkan keunggulan-keunggulan dari kerupuk tahu tersebut yang tidak dapat di bawakan dengan teknik *live shoot*. Selain itu tampilannya juga menarik dan *simple*. Video profil ini akan dipublikasikan di media sosial dan youtube sebagai sarana publikasi Kerupuk Tahu Cahaya Tidar Magelang.

### 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "*Bagaimana Membuat Video Profile Kerupuk Tahu Cahaya Tidar Sebagai Media Promosi ?*".

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Ide dan konsep pembuatan video profil Kerupuk Tahu Cahaya Tidar sebagai media promosi.
2. Pembuatan video profil Kerupuk Tahu Cahaya Tidar berdurasi 1 menit.
3. Sasaran promosi adalah pengguna media sosial dan youtube.
4. Video akan di uji apakah informasi dan kelayakan video sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
5. Pengujian dilakukan oleh pihak Kerupuk Tahu Cahaya Tidar dan komunitas video.
6. Tahap akhir pembuatan video profil ini akan diserahkan kepada pihak Kerupuk Tahu Cahaya Tidar Magelang.

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

Maksud dari pembuatan iklan televisi ini bertujuan untuk :

1. Memperkenalkan produk Kerupuk Tahu Cahaya Tidar kepada masyarakat sebagai salah satu oleh-oleh khas kota Magelang.
2. Sebagai syarat kelulusan untuk menyandang gelar Sarjana Komputer strata I program studi sistem informasi fakultas ilmu komputer di Universitas Amikom Yogyakarta.

#### **1.5 Metode Penelitian**

##### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

###### **1. Metode Wawancara**

Metode ini dilakukan dengan wawancara langsung dengan pendiri dan pemilik Kerupuk Tahu Cahaya Tidar mengenai kekurangan dan kelebihan produk serta pemasarannya untuk mempermudah dalam pembuatan video profil.

###### **2. Metode Studi Pustaka**

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari, dan mempelajari dari buku-buku di perpustakaan Universitas Amikom Yogyakarta berkaitan dengan tahap-tahap dan proses pembuatan video profil.

##### **1.5.2 Metode Analisis**

Metode analisis dilakukan dengan identifikasi menggunakan metode analisis SWOT untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, faktor internal dan eksternal dalam mencapai tujuan perusahaan.

### 1.5.3 Metode Produksi

Metode perancangan iklan dilakukan dengan 3 tahap yaitu :

1. Tahap PraProduksi
2. Tahap Produksi
3. Tahap PascaProduksi

### 1.5.4 Metode Evaluasi

Metode evaluasi yang akan dilakukan adalah menguji apakah konten yang terdapat pada video yang dibuat sudah sesuai dengan informasi yang dibutuhkan perusahaan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan terbagi dalam 5 Bab yang secara singkat diuraikan sebagai berikut :

- BAB I**      Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.
- BAB II**     Landasan Teori, berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori yang mendasari penelitian.
- BAB III**    Analisis dan Perancangan Sistem, bab ini akan membahas mengenai analisis pembuatan iklan sesuai dengan konsep yang telah dibuat.

**BAB IV** Implementasi dan pembahasan, bab ini membahas mengenai pengujian dan testing iklan yang telah dibuat.

**BAB V** Penutup, bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah didapat.

