

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, periklanan media sosial merupakan media yang sangat membantu dan sudah dipakai perusahaan atau kelompok tertentu dan menjadi salah satu jembatan untuk memenuhi kebutuhan promosi yang mempunyai karakteristik dan persuasif sehingga menarik dimata konsumen dengan bertujuan untuk memberikan informasi dan memperkenalkan sebuah produk baru ataupun sebuah tempat sehingga tepat sasaran.

Saat ini pemilik produk (kopi) melakukan promosi dengan menggunakan media gambar atau foto di instagram, facebook, twitter dan selebaran/pamphlet. Mungkin melalui media video dapat memikat daya tarik konsumen baru selain penikmat kopi sejati.

Melalui video, pemilik produk diharapkan dapat dengan mudah membawa pesan iklan yang dapat tersampaikan dalam bentuk gerakan, visual, dan juga audio kepada konsumen. Sejalan dengan itu video seakan berjalan mudah untuk menyampaikan iklan produk baru kepada konsumen, sehingga konsumen lebih nyaman menyimak iklan yang disajikan oleh perusahaan tersebut.

Dengan melihat latar belakang masalah diatas maka penelitian ini berjudul PEMBUATAN IKLAN MULTIMEDIA PRODUK KOPI NONGKRING YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan yang dapat didefinisikan adalah bagaimana membuat iklan multimedia yang tepat untuk NONGKRING YOGYAKARTA sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Dalam suatu penelitian, ruang lingkup penelitian harus diperhatikan dengan benar oleh peneliti. Agar penelitian tersebut tidak menyimpang dari sasaran, maka harus dibuat batasan-batasan masalah sebagai berikut:

- a. Menggunakan sumber daya manusia dan sumber daya modal yang terbatas.
- b. Iklan hanya berdurasi 30 detik.
- c. Perancangan iklan komersil untuk media periklanan produk kopi Nongkring, untuk penayangannya akan menjadi kewenangan warung kopi nongkring.
- d. Software yang digunakan untuk pembuatan iklan yaitu:
 - Adobe Premiere Pro CS6
 - Adobe Aftereffect CS6
 - Adobe Audition CS6

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud yang ingin disampaikan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan program stratal Sistem Informasi UNIVERSITAS AMIKOM.

2. Mengaplikasikan ilmu pengetahuan dari bidang multimedia yang bisa menghasilkan iklan yang presentatif dari sebuah produk kopi Nongkring Yogyakarta.

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian ini adalah :

1. Merancang dan membuat video iklan berbasis multimedia yang dapat dijadikan media promosi produk kopi Nongkring Yogyakarta.
2. Mengetahui kelayakan video iklan untuk digunakan sebagai pendukung promosi oleh produk Nongkring Yogyakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah:

1. Manfaat bagi penulis
 - a. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut Perancangan Iklan.
 - b. Memperoleh gambaran nyata tentang keunggulan Nongkring Yogyakarta.
 - c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program stratal Sistem Informasi UNIVERSITAS AMIKOM..
2. Manfaat bagi pembaca

Penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan referensi bagi peneliti yang akan datang dan diharapkan akan mampu melengkapi dan memperbaiki kekurangan dari penelitian ini.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan antara lain:

1.6.1 Metode Pengumpulan data

a. Wawancara (interview)

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada manajer pemasaran dan kepala manajer yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang The Westlake Resto untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

b. Pengamatan Langsung (Observasi)

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu beberapa tempat atau kelebihan yang dianjurkan oleh manajer pemasaran dan beberapa angel komposisi untuk kebutuhan pengambilan gambar untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

1. Analisis

Menguraikan iklan untuk diidentifikasi dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya.

2. Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan dibentuk. Dan menentukan storyboard.

3. Implementasi

Merupakan tahap meletakkan sebuah iklan televisi untuk ditayangkan.

Tahapan ini meliputi pengoreksian dan penayangan iklan

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan televisi untuk media promosi, antara lain konsep dasar iklan, konsep dasar software yang digunakan.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan diuraikan tentang analisis dan perancangan iklan televisi secara umum serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas tentang hal-hal yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoreksian iklan, dan hasil implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari hasil penelitian yang diharapkan dapat berguna bagi pihak yang berkepentingan serta bagi penelitian selanjutnya..

