

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan merupakan suatu bentuk komunikasi massa melalui berbagai media massa yang dibayar oleh perusahaan-perusahaan bisnis, organisasi non profit dan individu-individu yang teridentifikasi dalam pesan periklanan dengan maksud memberi informasi atau mempengaruhi pemirsa dan golongan tertentu bentuknya dapat berupa tulisan, gambar, film, ataupun gabungan dari keseluruhan unsur tersebut. Bagi produsen iklan bukan hanya menjadi alat promosi barang maupun jasa, melainkan juga untuk menanamkan citra kepada konsumen maupun calon konsumen tentang produk yang ditawarkan.

Iklan media elektronik sebagai sarana komunikasi yang kini tidak asing lagi bagi masyarakat luas, merupakan sarana yang efektif untuk mempromosikan dan mengenalkan kepada masyarakat tentang "Smoelen Koffie". Dengan media promosi ini diharapkan masyarakat mengetahui tempat berkumpul yang asik makanan yang tersaji dengan berbagai menu makanan lezat, sehat, dan harga yang kompetitif menjadi tempat tujuan mahasiswa dan semua khalayak masyarakat yang mempunyai kesenangan dalam kuliner.

Smoelen Koffie merupakan salah satu cafe yang terdapat di Yogyakarta yang mayoritas pengunjungnya mahasiswa, dengan harga yang terjangkau sesuai dengan menu yang disajikan.

Berdasarkan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, untuk memudahkan promosi, Smoelen Koffie perlu membuat sebuah iklan yang inovatif dengan menggunakan konsep seperti animasi sehingga dapat menarik para pelanggan dan lebih mudah disampaikan kepada masyarakat luas.

Teknik *pop-up* dalam iklan sangat digemari oleh orang-orang terutama pada iklan cafe tetapi Smoelen Koffie belum menerapkan iklan yang memiliki konsep *pop-up* sehingga iklan sebelum yang telah dibuat kurang mendapat respon dari para pengunjung

Dari masalah tersebut maka penelitian ini akan menerapkan *Pop-up* dalam merancang video iklan untuk Smoelen Koffie yang diharapkan bisa menjadi salah satu alternative teknik dalam pembuatan video iklan yang lain nantinya.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Setelah mengkaji latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut "Bagaimana menerapkan teknik *pop-up* ke dalam pembuatan video iklan Smoelen Koffie?",

### **1.3 Batasan Masalah**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka batasan masalah yang di lampirkan dalam skripsi ini yaitu :

1. Hasil penerapan teknik *pop-up* ini akan berbentuk iklan video berdurasi 30 detik.
2. Penulis hanya membahas pada teknik dan tidak membahas pada dampak pembuatan iklan tersebut.

3. Pembahasan hanya mengulas tentang penerapan dan pengerjaan teknik *pop-up*.
4. Software pembuatnya menggunakan Adobe After Effect dan Coreldraw

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

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini secara garis besar adalah :

1. Mengenalkan kuliner Smoelen Koffie ke masyarakat luas melalui media iklan.
2. Menerapkan teknik *pop-up* dengan software Adobe After Effect pada iklan video Smoelen Koffie yang diharapkan dapat menampilkan sebuah iklan yang lebih menarik.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Sarjana S1 Teknik Informatika pada STMIK Amikom Yogyakarta.

#### **1.5 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi tentang obyek permasalahan dari penelitian yaitu :

## 1.5.1 Metode Pengumpulan data

### 1.5.1.1.1 Observasi

Yaitu merupakan suatu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mempelajari sistem, dengan cara mengamati langsung objek penelitian.

### 1.5.1.2 Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung mengenai perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas.

### 1.5.1.3 Studi Literatur

Yaitu teknik pengumpulan data dengan membaca buku-buku pustaka yang merupakan penunjang dalam memperoleh data untuk melengkapi dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

## 1.5.2 Metode Perancangan

- a. Menetapkan audien sasaran
- b. Menetapkan sasaran dan anggaran iklan televisi
- c. Mencari keunggulan dari produk yang dipasarkan

- d. Merancang ide penjualan utama sebagai tema kampanye (strategi kreatif)
- e. Merancang daya tarik pesan iklan
- f. Merancang gaya dalam mengeksekusi pesan iklan
- g. Merancang kata, logo dan simbol
- h. Merancang naskah dan storyboard
- i. Memproduksi iklan tersebut.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Agar lebih mudah dimengerti dalam penyajian laporan penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

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

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

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan serta perangkat lunak yang digunakan.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan, ide cerita, naskah, dan *storyboard* pada Penerapan *Pop-up* Smoelen Koffie.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan Iklan VideoSmoele Koffie.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

