

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi seperti sosial media, kini sudah banyak digunakan masyarakat untuk bertukar kabar dan informasi. Ada beberapa media sosial yang digunakan oleh saat ini seperti *google*, *facebook*, *twitter*, *pinterest*, *path*, dan *linkedin*. Dari beberapa sosial media tersebut *google+* memiliki pengguna terbanyak dengan peringkat 1 dan *instagram* memiliki pengguna terbanyak peringkat 34. Data ini diambil berdasarkan referensi data perbandingan pada *Alexa.com*. Walau *instagram* duduk pada peringkat 34, namun dampak pengiklanan pada media sosial ini juga sangat menarik bagi para penggunanya. *Instagram* adalah salah satu media sosial yang banyak digunakan masyarakat dari kalangan remaja, dewasa, dan juga orangtua untuk berbagi foto atau gambar dan juga video. Video yang diupload di *instagram* yang sebelumnya hanya bisa diupload berdurasi 15detik, pada tanggal 29 maret 2016 sudah diperbarui menjadi 60 detik dengan kualitas yang bagus (resolusi gambar dan video asli) untuk menguploadnya pada media sosial ini.

Gufo Coffee Shop adalah tempat untuk menikmati kopi, *gelato* dan juga *dessert* dengan keunggulan tempat nyaman yang berada di Yogyakarta. *Gufo Coffee Shop* ingin lebih dikenal seluruh lapisan masyarakat khususnya di daerah yogyakarta. Akun *instagram* yang dimiliki oleh *Gufo Coffee shop* sendiri sudah memiliki 1032 follower yang berarti periklanan pada sosial media ini sangat membantu dalam pemasarannya namun saat ini media promosi melalui *instagram*

masih berupa foto dan video *live shoot* biasa. Maka diharapkan penyebaran informasi tentang Gufo Coffee Shop dengan menggunakan video *motion graphic* dan *live shot* dapat lebih efektif dan efisien.

Dari masalah tersebut maka penulis mempunyai ide untuk mengimplementasikan teknik *motion graphic* dalam merancang video promosi Gufo Coffee Shop yang nantinya diharapkan dapat digunakan dengan baik sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan jumlah penjualan, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“PEMBUATAN IKLAN PADA GUFO COFFEE SHOP YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu:

1. Bagaimana membuat iklan pada Gufo Coffee Shop Yogyakarta ?
2. Bagaimana implementasi video iklan di *instagram* ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Informasi yang terdapat dalam pembahasan adalah berupa pembuatan iklan Gufo Coffee Shop Yogyakarta
2. Isi iklan hanya berisi tentang tempat dan produk yang ada di Gufo Coffee Shop Yogyakarta.
3. Teknik yang dipakai dalam pembuatan iklan adalah *Motion Graphic*.

4. Iklan ini untuk ditayangkan di *instagram*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

1. Membuatkan iklan Gufo coffee shop dengan menggunakan *motion graphic* dan *live shoot*.
2. Mengasah ilmu yang sudah didapatkan

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. memperbanyak media untuk Gufo coffeeshop untuk periklanan.
2. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program S1 sistem informasi.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya ini adalah, sebagai berikut:

1.5.1 Pengumpulan Penelitian

a. Metode wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada pemilik Gufo Coffee Shop Yogyakarta yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Gufo Coffee Shop Yogyakarta untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa penelitian.

b. Metode observasi

Observasi dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti yaitu beberapa kelebihan yang di anjurkan oleh manajer pemasaran dan beberapa

angel komposisi untuk kebutuhan gambar untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan diteliti.

c. **Metode Kearsipan**

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari Gufo Coffee Shop, yang mendukung dalam penulisan skripsi ini.

d. **Metode Perpustakaan (*Library*)**

Yaitu cara dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah dan lain-lainnya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan.

1.5.2 Analisis

Metode analisis yang dipakai yaitu menggunakan analisis *Porter Five Force* dan analisis kebutuhan fungsional.

1.5.3 Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan merupakan tahapan pertama dalam pembuatan iklan ini yaitu tahapan pra produksi.

1.5.4 Pengembangan

Metode pengembangan yang dilakukan merupakan tahap kedua dan ketiga pembuatan iklan yaitu tahap produksi dan pasca produksi.

1.5.5 Testing

Pada tahap ini dilakukan suatu pengujian terhadap iklan yang dibuat serta kesesuaian konsep. Pengujian yang dilakukan menggunakan beta tes yang akan diuji pada pengguna *instagram*.

1.5.6 Metode Implementasi

Proses untuk melaksanakan ide, program atau serangkaian aktivitas baru dengan harapan orang lain dapat menerima dan melakukan perubahan.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan skripsi ini terdiri dari lima bab. Lima bab tersebut antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti dalam skema penelitian dan tentang perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan iklan secara singkat.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab III membahas profil Gufo Coffee Shop, analisis Five Force Model dan analisis kebutuhan non fungsional berupa kebutuhan *software*, *hardware*, dan *brainware* serta penegeritian tahap pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini memuat langkah atau proses, hasil pengujian dan analisa serta saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab V memuat kesimpulan dan hasil pengujian serta analisa saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.

