

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang salah satunya adalah dalam bidang periklanan, khususnya periklanan dalam berbagai media video bagi usaha rumah makan yang sangat diperlukan. Dalam sebuah periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk mempromosikan rumah makan disuatu tempat, periklanan video selalu menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan text.

Penggunaan Time Lapse digunakan untuk memberikan bantuan media promosi iklan yang dilakukan pada rumah makan Mie Ayam Cak Nonang adalah saat menampilkan proses memasak mie yang dari awal sampai akhir yang memiliki interval waktu yang panjang yang kemudian di persempit waktunya dengan menggunakan teknik time lapse di rumah makan Mie Ayam Cak Nonang secara livenesshoot juga, karena dalam memproduksi video time lapse serta di gabung live shoot ini tidak membutuhkan waktu lama dan biaya yang cukup besar.

Rumah makan Mie Ayam Cak Nonang yang berada di daerah Godean, Kabupaten Sleman. Mie Ayam Cak Nonang memiliki berbagai macam menu mie ayam yang disediakan saat ini, dan yang membedakan dengan mie ayam yang lain

adalah mie ayam Cak Nonang memiliki menu mie ayam goreng yang digemari para pelanggannya serta telah memiliki 2 cabang. Namun karena lokasinya yang

Masuk kedalam daerah godean banyak pelanggan yang dari kota susah untuk mencarinya. Sampai saat ini media yang dipakai untuk mempromosikan tempat kuliner ini hanya sebuah brosur, baliho serta lisan yang didalamnya sangat minim informasi tentang kuliner mie ayam Cak Nonang.

Dari pengamatan diatas terdapat peluang besar yakni dengan membuat sebuah iklan. Strategi penulis adalah mengamati dan mempelajari produk tersebut dari kelebihan serta mencari kekurangan produk tersebut, dan penulis menemukan beberapa kelemahan dan menemukan cara untuk bersaing, salah satu kekurangan pada produk adalah video iklan yang sebelumnya hanya memakai brosur, baliho serta beberapa sosial media saja.

Dari masalah tersebut maka penulis akan membuat iklan dengan menggabungkan teknik time lapse dan liveshoot dalam pembuatan iklan Mie Ayam Cak Nonang. Dikarenakan media iklan video mempunyai jangkauan yang luas dan banyak informasi yang terdapat pada iklan tersebut yang dapat diketahui oleh masyarakat, maka penulis membuat skripsi berjudul **“Pembuatan Iklan Mie Ayam Cak Nonang Yogyakarta Dengan Penggabungan Teknik Time Lapse dan Live Shoot.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di sampaikan diatas, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yakni *“Bagaimana*

membuat iklan Mie Ayam Cak Nonang Yogyakarta dengan penggabungan teknik time lapse dan livenesshoot? ”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan, yaitu :

1. Video ini menggunakan teknik penggabungan *time lapse* dan *live shoot*.
2. Pembuatan iklan promosi ini berisi tentang pembuatan Mie Ayam Cak Nonang.
3. Pembuatan Iklan ini hanya sampai uji coba iklan kepada pihak Mie Ayam Cak Nonang satu kali oleh pihak peneliti.
4. Pembuatan iklan dalam penelitian ini meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.
5. Menggunakan Software Adobe CC 2015.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Strata I Sisem Infomasi Universitaas Amikom Yogyakarta.
2. Membantu meningkatkan promosi bagi Mie Ayam Cak Nonang agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.
3. Membantu Mie Aya Cak Nonang menciptakan branding perusahaan yang terpercaya dan mampu bersaing dengan competitor dimata klien dan masyarakat luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain :

1. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu yang didapat selama di STMIK AMIKOM Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan menggunakan aplikasi Adobe photoshop, Adobe After effect, Adobe premiere.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta dalam membuat iklan.

3. Bagi Mie Ayam Cak Nonang

Dapat membantu Mie Ayam Cak Nonang dalam mempromosikan tempat rumah makan mie ayam terunik kepada masyarakat

4. Bagi Masyarakat Luas

Memberikan informasi bagaimana suasana dan tempat Mie Ayam Cak Nonang.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan untuk membantu dalam proses penyelesaian masalah yang terjadi di antaranya :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data-data adalah sebagai berikut:

1. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak direktur perusahaan, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap video-video iklan yang menggunakan teknik time lapse dan live shoot baik buatan indonesia maupun luar negeri untuk refrensi.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data, mengambil gambar obyek dan dokumen terkait. Dengan tujuan gambar hasil dokumentasi dapat digunakan sebagai acuan untuk mendesain komponen video iklan.

4. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan.

5. Metode Kulsoner

Dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan dan pernyataan kepada orang lain.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan factor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar).

1.6.3 Metode Perancangan

Pembuatan iklan dapat menggunakan standar produksi animasi yang didalamnya terdapat beberapa langkah seperti :

1. Pra Produksi.
2. Produksi.
3. Pasca Produksi.

1.6.4 Metode Evaluasi

Pada tahap ini penulis menggunakan metode kuisioner pada mahasiswa dan masyarakat umum guna mendapatkan hasil respon yang maksimal.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok.pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang permasalahan yang mendasari penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video iklan menggunakan teknik penggabungan time lapse dan livenesshoot, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi penjelasan analisis dan rancangan system yang akan diimplementasikan pada bab selanjutnya.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan lebih rinci mengenai implementasi dari perencanaan dan hasil perancangan iklan Mie Ayam Cak Nonang.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi referensi-referensi yang digunakan dalam pembuatan sistem informasi.

LAMPIRAN