

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi dan informasi, pemanfaatan videodan animasi memberikan daya tarik tersendiri, terutama pada layanan iklan televisi, iklan televisi merupakan salah satu media promosi yang paling diminati karena gaya dan cara penyampaiannya yang menarik serta terbukti ampuh dalam memperkenalkan suatu produk atau jasa. Jaringan televisi semakin meluas dan jumlah penonton yang terus bertambah membuat iklan televisi menjadi media promosi yang paling efektif.

Eastern Kopi Tm merupakan salah satu Cafe dan resto yang baru berdiri sejak oktober 2014di Yogyakarta. Usaha ini bergerak dalam bidang kuliner yang menyajikan hidangan-hidangan asian favorit dengan variasi menu yang sangat beragam.

Sejauh ini Eastern Kopi Tm Yogyakarta masih menggunakan media promosi tradisional yakni dari mulut kemulut dan media cetak. Dalam usaha mempromosikan menggunakan media cetak dan tradisional tentu hasil yang didapat masih kurang maksimal sehingga masih banyak dari kalangan masyarakat yang belum mengetahui apa dan di mana Eastern Kopi Tm itu. Oleh karena itu diperlukan sebuah cara untuk mempromosikan Eastern Kopi Tm kepada masyarakat luas, khususnya masyarakat Yogyakarta.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Strategi untuk melakukan promosi serta dalam meningkatkan pemasaran yang efektif adalah

dengan menggunakan video iklan televisi, karena dengan media iklan berbasis video ini perusahaan akan lebih mudah untuk memberi gambaran, informasi atau pesan-pesan tertentu kepada para konsumen, dengan harapan mampu menjadi media informasi dan mempermudah dalam hal penyampaian, mengenalkan, dan Iklan video ini dapat membantu menambah nilai jual.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas didapatkan sebuah rumusan masalah yaitu, bagaimana cara merancang dan membuat video iklan promosi yang efektif pada Eastern Kopi Tm?

1.3 Batasan Masalah

Penerapan atau implementasi dari project video iklan promosi Eastern Kopi Tm ini akan lebih di fokuskan pada :

1. Video iklan ini berdurasi 56 detik.
2. Video iklan ini mengusung konsep lebih natural namun berkesan elegan.
3. Video iklan ini hanya menampilkan informasi yang berhubungan dengan keberadaan Eastern Kopi Tm meliputi lokasi, desain Interior dan Exterior, ruangan indor, pelayanan yang baik, serta konsep produk yang di usung, dan sedikit gambaran dalam proses pengolahan makanan.
4. Pembuatan video iklan ini menggunakan software video editing Adobe Photoshop CS6, Adobe Primier Pro CS6, Adobe After Effect CS6 dan Adobe Audition.
5. Output dari iklan yang dibuat memiliki format AVI dan MOV.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa tujuan yang ingin di capai, antara lain :

1. Sebagai Media promosi untuk memperkenalkan Eastern Kopi Tm kepada masyarakat luas.
2. Dengan adanya video iklan promosi ini diharapkan dapat membantu Eastern Kopi Tm dalam memperluas pemasaran.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan adalah metode pengumpulan data melalui wawancara,observasi dan studi pustaka.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang benar, akurat dan terarah sesuai dengan permasalahan yang di hadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis mengembangkan metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1.5.1.1 Metode Wawancara

Metode wawancara yaitu, metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada pemilik atau pengelola Eastern Kopi Tm. Dalam wawancara ini peneliti mendapatkan informasi tentang sejarah berdirinya, konsep menu yang di usung serta jadwal operasional.

1.5.1.2Metode Observasi

Metode observasi yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan yang di lakukan di Eastern Kopi Tm Yogyakarta yang beralamat di Jalan Seturan Raya A9-10 secara langsung. Pengamatan yang

dilakukan secara langsung oleh peneliti adalah pengamatan dalam segi desain ruangan, pelayanan yang di berikan, produk-produk unggulan yang di miliki, serta kenyamanan pengunjung, guna untuk mempermudah dalam penyusunan skenario iklan yang akan di buat.

1.5.1.3 Metode Studi Pustaka

Mencari media informasi melalui buku-buku, internet dibaca dan dipelajari yang sehubungan dengan permasalahan yang dihadapi.

1.5.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan adalah metode SWOT, dan Analisis Kebutuhan Sistem (System Requirement). Metode SWOT dimana metode ini Menganalisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*, dan Analisis Kebutuhan Sistem (System Requirement) meliputi fungsional, non fungsional, dan sumber daya manusia.

1.5.3 Metode Perancangan Iklan

Dalam perancangan iklan ini metode yang di gunakan adalah :

1. Ide cerita
2. Pembuatannaskah
3. Pembuatan storyboard
4. Penyiapan property danperalatan
5. Pencarian model
6. Penyusunanjadwaldananggaranbiaya
7. Penentuanlokasi

1.5.4 Metode Testing

Metode Pengujian yang digunakan adalah kuisioner guna untuk mengetahui kualitas iklan.

1.5.5 Memproduksi iklan

Dalam memproduksi iklan metode yang di gunakan adalah :

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

1.5.6 Sistematika Penulisan

Laporan skripsi ini ditulis secara sistematika kedalam 5 bab, masing-masing diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menerangkan tentang landasan teori yang digunakan dalam pengajuan penelitan yang terdiri dari tinjauan pustaka konsep dasar multimedia dan konsep dasar iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang proses pra produksi pembuatan iklan Eastern Kopi Tm, analisis kebutuhan dan perancangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang implementasi yang meliputi tahapan produksi dan pasca produksi pembuatan iklan.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran-saran dari penelitian yang telah dilakukan sehingga diharapkan bermanfaat bagi pihak lain untuk pengembangan oleh peneliti yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang digunakan untuk penulisan laporan skripsi ini.

LAMPIRAN

Berisikan lampiran-lampiran dalam pengerjaan skripsi.

