

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Rumah Makan Lamongan Asli adalah tempat makan yang berdiri sejak 2004 berlokasi di kota Baubau, Sulawesi Tenggara. Rumah Makan Lamongan Asli adalah pencetus warung-warung serupa yang sudah tersebar di Kota Baubau, namun minat pembeli tidak setinggi warung lainnya. Padahal menu yang disajikan sama dan bahkan ditunjang oleh tempat yang nyaman pula. Meskipun sudah berdiri sejak lama namun, Sebagian besar masyarakat atau calon konsumen masih banyak yang belum mengenal tempat makan ikonik ini. Berbeda dengan tempat pedagang kaki lima atau warung serupa yang masih non-permanen yang tersebar di Kota Baubau, Rumah Makan Lamongan Asli sudah berkembang yang dulunya masih berdiri dengan tenda yang semi permanen yang terpasang berganti menjadi Rumah Makan yang berdiri permanen, kenyamanan konsumen menjadi yang utama dan banyak hal lain yang menjadi alasan utama. Hal ini adalah dasar sebagai daya tarik konsumen sebagai kepuasan dalam menikmati makanan yang disajikan.

Dikarenakan semakin banyak warung serupa yang buka, menjadikan Rumah Makan Lamongan semakin gencar melakukan promosi melalui social media menggunakan pamphlet mulai dari potongan harga dan bonus-bonus dalam pemesanan makanan. Menurut owner sendiri media promosi yang belum terlaksana ialah membuat video iklan untuk menarik minat beli. dalam sebuah periklanan ada kekuatan yang bisa digunakan untuk menarik konsumen yang lebih banyak dari beberapa faktor penunjang contohnya video iklan, pamphlet, promosi melalui social media dan masih banyak lagi. Ada 3 unsur penting yang tergabung dalam sebuah periklan, unsur tersebut adalah: video, gambar, dan audio.

Sebelum muncul ide perancangan video iklan, media yang digunakan sebagai promosi hanyalah sebatas desain grafis yang berisikan gambar dan teks saja, adapun promosi lain hanya menggunakan sistem Getok Tular atau yang berarti lisan, dari mulut ke mulut. Promosi atau perancangan video iklan ini sangat perlu karena

sebagai inovasi dengan banyak keunggulan. Alasan lain mengapa video iklan adalah media yang cocok, dikarenakan budaya saat ini yang diiringi perkembangan teknologi, manusia lebih mengandalkan kekuatan atau komunikasi visual yang mudah dipahami dan menjadikan video iklan adalah media yang sangat interaktif serta tontonan yang ramah dan ringan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka penelitian skripsi ini diberi judul “Pembuatan Video Iklan Pendek Rumah Makan Lamongan Untuk Menarik Minat Pembeli Dengan Teknik Close-Ups Shots”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pembuatan video iklan dengan teknik Close-Ups shots.
2. Seberapa efektif video iklan tersebut sebagai media promosi.

1.3 BATASAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, agar lebih fokus pada permasalahan maka yang menjadi Batasan masalah, yaitu:

1. Mengenalkan Rumah Makan Lamongan dan makanannya yang khas.
2. Durasi video iklan 30-60 detik.
3. Sebagai media promosi dan informasi untuk menarik minat konsumen.

1.4 TUJUAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah pembuatan Video iklan pendek Rumah Makan Lamongan untuk menarik minat pembeli dengan Teknik Close-Ups shots agar lebih menarik dan bisa menarik minat konsumen.

1.5 MANFAAT

Manfaat secara umum yang di dapat dari penelitian ini menambah ilmu di bidang videografi dan konten visual, mengenal makanan ikonik dari Rumah Makan Lamongan yang mayoritas tersebar di seluruh Indonesia, dan meningkatkan minat beli konsumen, serta dapat mengetahui pasar dan minat beli konsumen.

