

BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pengguna internet di Indonesia mencapai angka hampir 200 Juta dari 266 juta penduduk Indonesia, angka ini naik sebesar 8,9% dibandingkan hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 lalu. Menurut Ketua Umum APJII hal ini disebabkan beberapa faktor antara lain akibar pembelajaran online dan *Work From Home* yang diakibatkan pandemi Covid-19 sejak bulan Maret tahun 2020. Ada pula penelitian yang dilakukan oleh Andi Saputra yang mengatakan bahwa penggunaan sosial media juga meningkat drastis dikalangan mahasiswa. Didalam penelitian tersebut mengatakan bahwa pengguna WhatsApp mencapai angka 95,96%, pengguna Instagram Mencapai 90,91% dan Youtube mencapai 73,74% [1] [2].

PT. Saka Kreatif Nusantara (PT. SKN) atau lebih dikenal dengan brand SAKA adalah perusahaan holding industri kreatif yang di dirikan oleh Yayasan Sociopreneur Academy Kalijaga dan membawahi beberapa usaha, salah satunya adalah Sakagrosir. Sakagrosir hadir sebagai solusi bagi masyarakat yang ingin berbelanja sembako di tengah kondisi Pandemi. Tingkat kasus positif Covid-19 di indonesia sangat mengawatirkan dari waktu ke waktu, bahkan tingkat kenaikan kasus positif covid-19 di Indonesia pada awal tahun 2021 mencapai angka 62,677 kasus, angka ini mengalami kenaikan sebesar 20,6% pada minggu pertama berdasarkan hasil analisis data Covid-19 di indonesia pada awal tahun 2021 yang

di publikasikan oleh Satuan Tugas Penanganan Covid-19 (SATGAS COVID-19) [3].

Berdasarkan data yang dijabarkan diatas maka sangat potensial untuk melakukan sebuah Periklanan atau pengembangan produk di internet, salah satunya pada Sosial media. Menurut Abdul Mutz, S.S selaku Komisaris Utama PT Saka Kreatif Nusantara (SKN) atau lebih dikenal dengan brand SAKA, dalam masa PSBB ini Sakagrosir masih mencakup daerah Sleman saja, dalam hal ini pihak Sakagrosir ingin mengembangkan dan memperkenalkan Sakagrosir kepada masyarakat lebih luas lagi melalui media iklan di sosial media Instagram / Instagram Ads. Akan tetapi dengan keterbatasan sumber daya manusia sehingga membuat rencana tersebut mengalami penundaan.

Dilihat dari permasalahan diatas maka peneliti membuat penelitian yang berjudul "Pembuatan Iklan Sosial Media Sebagai Promosi Sakagrosir" yang diharapkan dapat membantu PT.SKN dalam hal mengembangkan dan mempromosikan Sakagrosir.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu bagaimana membuat sebuah iklan Sosial Media di Sakagrosir.

1.3. Batasan Masalah

Ada beberapa batasan masalah yang ada pada penelitian ini, yaitu :

- a. Penelitian ini dilakukan di Sakagrosir

- b. Perancangan *Motion Graphics* berfokus pada kelayakan faktor multimedia dan informasi yang ditampilkan.
- c. *Video Motion Graphics* yang berdurasi kurang lebih 1 menit sesuai dengan ketentuan postingan video di Instagram.
- d. *Platform* yang akan digunakan untuk melakukan penayangan *Motion Graphics* tersebut adalah Instagram Ads.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

- a. Merancang *Video Motion Graphics* untuk Iklan Sosial Media di Sakagrosir.
- b. Untuk mendapatkan data yang objektif mengenai faktor multimedia dan faktor informasi yang ditampilkan dalam *Video Motion Graphics*.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

- a. Membantu Sakagrosir dalam hal promosi.
- b. Membantu masyarakat mengenal Sakagrosir.

1.6. Metode Penelitian

Adapun Metode yang digunakan untuk penyusunan penelitian ini menggunakan beberapa langkah, yaitu :

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan penulis untuk mendapatkan sebuah data atau informasi untuk mengatasi masalah antara lain :

a. Wawancara

Teknik yang dilakukan untuk memperoleh data melalui tanya jawab atau tatap muka secara langsung antara pihak objek dan penulis.

b. Observasi

Melihat secara langsung hal – hal yang perlu dilakukan untuk mengetahui sistematika dari permasalahan yang ada.

c. Studi Pustaka

Mengumpulkan data – data dari buku yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas supaya dapat mendukung data yang sudah tersedia.

1.6.2. Metode Analisis

Dalam penelitian ini penulis menganalisis adanya beberapa kebutuhan fungsional dan non fungsional. Pada kebutuhan fungsional yaitu kebutuhan yang berisi proses – proses apa saja yang dilakukan oleh sistem, sedangkan pada kebutuhan non fungsional yaitu membahas tentang kebutuhan *software*, *hardware* dan *brainware* yang akan digunakan dalam penelitian ini.

1.6.3. Metode Perancangan

Metode yang digunakan penulis dalam perancangan *Video Motion Graphics* akan dibagi menjadi tiga tahapan yaitu :

- a. Pra Produksi (Konsep, Naskah, *Storyboard*)
- b. Produksi (Pembuatan Aset)
- c. Pasca Produksi (*Compositing, Editing dan Rendering*)

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan penelitian / skripsi, penulis merancang sebuah sistematika penulisan yang terdiri dari :

- a. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini membahas secara ringkas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

- b. Bab II Landasan Teori

Pada bab ini membahas tentang pengertian *Motion Graphics*, pengertian Promosi, pengertian Iklan, Pengertian Sosial Media, *Software* yang digunakan, dan Hewan Pemakan Tumbuhan dan Pemakan Daging.

- c. Bab III Analisis Dan Perancangan Sistem

Pada bab ini membahas tentang perancangan *Motion Graphics*

- d. Bab IV Implementasi Dan Pembahasan

Pada bab ini membahas *Motion Graphics* yang diusulkan

e. Bab V Penutup

Pada bab ini membahas tentang Kesimpulan dan saran penelitian.

f. Daftar Pustaka

Berisikan tentang sumber – sumber yang menjadi referensi dalam penyusunan skripsi.

g. Lampiran

