

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Multimedia merupakan salah satu media informasi yang memuat konten, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi. Multimedia terdiri dari beberapa unsur konten, salah satunya adalah konten iklan. Iklan merupakan suatu media yang memuat beberapa informasi mengenai sebuah produk/layanan jasa. Iklan dibuat oleh produser dan disampaikan melalui media cetak, elektronik, maupun audio yang ditujukan kepada masyarakat/calon konsumen. Iklan bertujuan untuk memberikan informasi dan menarik konsumen untuk membeli produk/layanan jasa yang dipromosikan.

Dilihat dari perkembangan zaman yang begitu pesat dibidang bisnis maupun teknologi, suatu bisnis didorong untuk memberikan warna baru terhadap teknik pemasaran produk/ layanan jasa yang dimilikinya. Mas Bens Mitra Joper hadir sebagai sebuah bisnis dibidang peternakan khususnya ayam jawa super dengan sistem kemitraan. Mas Bens Mitra Joper berdiri sejak tahun 2012 dan hingga kini telah memiliki lebih dari 10 mitra sebagai penunjang bisnis ini. Bisnis ini memiliki lokasi utama di Warurangkang RT 14/RW 07, Sapen, Manisrenggo, Klaten dengan beberapa mitra yang memiliki lokasi tidak jauh dari lokasi utama. Dengan begitu semakin mudah akses untuk proses pemeliharaan ayam serta ketika dilakukan proses panen. Hingga kini promosi yang dilakukan oleh Mas Bens Mitra Joper masih berupa promosi antar relasi bisnis dan informasi yang diberikan masih sangat kurang. Sumber informasi utama yang digunakan oleh Mas Bens Mitra Joper saat ini hanyalah melalui platform google maps. Dengan upaya promosi yang masih kurang, tentu membuat kegiatan promosi menjadi tidak efektif. Hal ini menjadi sebuah kelemahan bagi Mas Bens Mitra Joper untuk melakukan penyampaian informasi kepada pihak lain karena menggunakan suatu media dengan penyampaian informasi yang kurang tepat, sehingga produk yang ditawarkan juga belum menyentuh jangkauan pasar yang luas.

Pada umumnya masyarakat lebih menyukai penyampaian informasi yang komunikatif serta interaktif, karena dengan itu mereka lebih mudah menerima dan mencerna informasi yang disampaikan. Melihat dari hal tersebut peneliti berusaha membuat suatu media promosi dengan video yang didalamnya disertai informasi dalam satu bingkai waktu yang sama.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti membuat video iklan dengan menggunakan teknik 2D tracking. Perancangan dan pembuatan video ini diharapkan mampu menarik minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh Mas Bens Mitra Joper serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana membuat media promosi Mas Bens Mitra Joper dengan menggunakan teknik 2D tracking.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada perancangan dan pembuatan iklan pada Mas Bens Mitra Joper adalah sebagai berikut :

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah teknik 2D tracking
2. Video iklan ini berdurasi 60 detik
3. Video iklan ini menggunakan format file .mp4 kualitas 4K dengan resolusi 3840px2160p
4. Implementasi video iklan akan ditampilkan di media sosial youtube
5. Perangkat lunak yang digunakan Adobe After Effect CC 2019

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah merancang dan membuat video iklan sebagai media promosi Mas Bens Mitra Joper terhadap masyarakat sebagai sumber informasi yang lengkap.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
 - a. Menghasilkan suatu karya yang bermanfaat
 - b. Mendapatkan pengalaman
 - c. Menambah ilmu mengenai multimedia
2. Bagi Mas Bens Mitra Joper
 - a. Sebagai media promosi
 - b. Memperkenalkan Mas Bens Mitra Joper kepada pasar yang lebih luas
 - c. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Mas Bens Mitra Joper
3. Bagi Masyarakat
 - a. Mendapatkan informasi mengenai Mas Bens Mitra Joper
 - b. Mempermudah dalam penerimaan informasi
 - c. Sebagai media promosi yang memberikan pengalaman visual lebih baik

1.6 Metode Penelitian

Pada pengumpulan data penelitian dalam pembuatan iklan ini, diperlukan metode yang akurat untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Berikut beberapa metode yang digunakan peneliti :

1.6.1 Pengumpulan data

1.6.1.1 Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan secara langsung kepada owner Mas Bens Mitra Joper berkaitan dengan masalah pada penelitian ini.

1.6.1.2 Kepustakaan/Library

Metode kepustakaan dilakukan dengan mempelajari buku atau jurnal sebagai referensi yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian ini sehingga dapat membantu penyusunan skripsi ini.

1.6.2 **Analisis**

Metode analisis dilakukan dengan observasi dan analisis SWOT.

1.6.3 **Perancangan**

Metode perancangan pada penelitian ini merupakan perancangan meliputi tahap pra-produksi.

1. Perancangan Konsep dan Isi Iklan

Perancangan ini merupakan tahap awal pembuatan iklan yang dilakukan setelah pengumpulan data.

2. Perancangan Storyboard

Perancangan ini merupakan tahap sebelum dilakukan proses produksi. Storyboard digunakan sebagai gambaran proses produksi dari video iklan.

1.6.4 **Metode Implementasi**

Metode Implementasi dalam penelitian ini meliputi tahap produksi dan pasca-produksi. Pada metode implementasi ini penulis menggunakan teknik 2D tracking pada proses editing menggunakan software Adobe After Effect CC 2019.

1.7 **Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan digunakan untuk mempermudah penyusunan skripsi, yang dibagi berdasarkan susunan bab dan disertai keterangan penjelasan dalam setiap bab yang ditulis. Maka dari itu, peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode yang digunakan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini menjelaskan tentang uraian mengenai tinjauan pustaka yang dimana menjelaskan tentang penelitian dengan tema yang

sama agar dijadikan referensi penulis dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diambil oleh penulis.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada Bab ini menguraikan mengenai tinjauan gambaran umum dari objek, serta penjelasan tentang komponen pembuatan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisi tentang pembahasan video iklan yang dibuat, serta hasil dan tahapan yang diberikan.

BAB V PENUTUP

Pada Bab ini menjelaskan hal-hal yang berisi kesimpulan dari proses pembuatan skripsi dan berisi saran untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

