

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia sudah dilanda pandemi *Corona Virus Disease 19* (Covid-19) sejak kasus terinfeksi pertama pada Maret 2020 silam. Sehingga mengakibatkan Indonesia mengalami krisis ekonomi nasional yang mempengaruhi pola ekonomi masyarakat secara signifikan, khususnya sektor bidang ekonomi Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM).

Berdasarkan survei yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah terhadap 3.802 responden pelaku usaha dengan sebaran wilayah menurut Eks Karesidenan di Jawa Tengah yang meliputi Pekalongan, Banyumas, Kedu, Semarang, Pati dan Surakarta, terdapat sekitar 80,9 persen pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dan 19,1 persen pelaku Usaha Menengah Besar (UMB). Berdasarkan survei, Usaha Mikro menjadi usaha yang paling banyak mengalami penurunan pendapatan hingga mencapai 67,9 persen. Apabila dipresentasikan perusahaan UMK 86,2 persen mengalami penurunan pendapatan lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan UMB yang mencapai penurunan pendapatan sebesar 83,1 persen [1].

Semenjak pandemi Covid-19 berlangsung, dampaknya mengubah pola pembelian produk oleh masyarakat secara konvensional beralih ke layanan online yang mengakibatkan pelaku UMKM berbondong-bondong memanfaatkan *e-commerce* atau *marketplace* untuk mempertahankan usahanya. Dalam pemanfaatannya, pelaku UMKM menggunakan elemen-elemen multimedia dimana penerapannya berupa teks, poster, brosur dan sebagainya untuk menunjang pemasaran agar daya tarik serta minat konsumen dalam menjajal produk yang ditawarkan semakin tinggi. Menurut M. Suyanto konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen membeli produk apabila perusahaan melakukan promosi dan penjualan yang menonjol [2].

Ayam Penyet Sambel Ijo Namada merupakan UMKM bidang kuliner yang berdiri pada tahun 2022 terletak di Surakarta. Produk makanan yang ditawarkan

UMKM ini cukup bervariasi berupa ayam penyet sambel ijo, lele sambel ijo, sate ayam dan aneka minuman. Usaha kuliner ini sudah memanfaatkan media digital dalam pemasarannya dan sudah diintegrasikan dengan *e-commerce* berupa GoFood, GrabFood dan ShopeeFood. Dalam praktiknya, pelaku usaha ini memasarkan produk-produk yang dimiliki ke dalam sosial media berupa *Instagram* dan *Whatsapp* dalam bentuk teks, poster dan atau gambar produk terkait.

Menurut Munir [3] mengatakan bahwa Multimedia merupakan pengintegrasian dari elemen-elemen media seperti audio, video, grafik, teks, animasi dan sebagainya, kemudian menjadi sebuah kesatuan sinergis dan simbiosis yang memberikan hasil lebih menguntungkan bagi pengguna daripada elemen-elemen media secara individual. Penggunaan *motion graphic* dapat membantu mengefektifkan pesan yang disampaikan dan dikemas secara interaktif untuk menarik konsumen. Adanya media ini, konsumen diharapkan mendapat informasi lebih mudah, sehingga mampu menarik minat beli kepada produk makanan yang ditawarkan UMKM. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengambil skripsi dengan judul **“Perancangan Anlmasi 2D Menggunakan TeknIk Motion Graphic Sebagai Media Promosi Ayam Penyet Sambel Ijo Namada Surakarta”**.

### **1.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis merumuskan masalah tentang *“Bagaimana merancang dan membuat media promosi pemasaran produk Ayam Penyet Sambel Ijo Namada yang menarik?”*

### **1.2 Batasan Masalah**

Dalam sebuah penelitian diperlukan adanya batasan masalah sehingga dapat membuat penelitian menjadi lebih baik, memudahkan dalam pembahasan dan akuratnya tujuan. Maka penulis menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Materi yang ada dalam media promosi Ayam Penyet Sambel Ijo Namada bersumber pada hasil wawancara dengan pihak pemilik usaha.
2. Dikemas dalam format file video .Mp4 dengan kualitas HDV/HDTV 720 25 dengan resolusi 1280 x 720 pixels.

3. Target durasi video selama 1 menit 54 detik.
4. Perangkat lunak yang digunakan adalah *Windows 10, Adobe After Effect CC 2019, Adobe Audition CC 2019, dan Adobe Premiere CC 2019* dan *Adobe Photoshop CC 2019*.
5. Informasi yang disampaikan mencakup produk-produk yang ditawarkan Ayam Penyet Sambel Ijo Namada.
6. Hasil implementasi media promosi ini berupa animasi berbasis *motion graphic* 2D.
7. Hasil implementasi media promosi akan diserahkan kepada objek terkait dimana akan diunggah pada *Instagram* Ayam Penyet Sambel Ijo Namada.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang dan membuat media promosi Ayam Penyet Sambel Ijo Namada guna meningkatkan citra usaha.
2. Mendukung kebutuhan kegiatan promosi produk makanan Ayam Penyet Sambel Ijo Namada Surakarta.
3. Membuat media yang dapat menyampaikan pesan secara lebih efektif, interaktif dan mudah dipahami sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.
4. Meningkatkan daya saing antar bidang usaha sejenis.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis:
  - a. Mengaplikasikan ilmu yang sudah dipelajari selama menempuh pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.
  - b. Bertambahnya wawasan penulis selama penyusunan skripsi.
2. Bagi Mahasiswa
 

Memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dalam pembuatan media promosi.

3. Bagi UMKM Ayam Penyet Sambel Ijo Namada Surakarta.  
Hasil penelitian dapat membantu dan mendukung kegiatan promosi produk penjualan untuk menarik minat konsumen demi memenuhi target profit yang ingin dicapai.
4. Bagi Masyarakat.  
Dapat menarik minat untuk membeli produk yang ditawarkan penjual.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Metode Observasi (*Observation*)**

Penulis melakukan observasi pada objek penelitian untuk pola promosi produk, metode promosi atau media yang digunakan serta video promosi sejenis agar mendapatkan referensi data dalam membuat media promosi Ayam Penyet Sambel Ijo Namada agar menjadi lebih menarik.

#### **2. Metode Wawancara (*Interview*)**

Penulis melakukan wawancara kepada pihak pemilik UMKM Ayam Penyet Sambel Ijo Namada untuk mendapatkan data yang diinginkan, agar data yang diperoleh lebih sesuai dan akurat dalam proses pembuatan media promosi produk UMKM terkait.

#### **3. Metode Studi Pustaka (*Library*)**

Penulis melakukan studi pustaka untuk menambah referensi dan pengetahuan dari literatur, jurnal, artikel dan tutorial yang terdapat di internet.

### **1.5.2 Metode Analisis**

Pada tahap ini semua data yang terkumpul dari objek penelitian dan studi pustaka akan di analisis guna mendapatkan pemecahan dari permasalahan yang muncul. Adapun metode yang digunakan dalam menganalisis yaitu metode Analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode untuk menggambarkan suatu kondisi serta mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yang meliputi *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*.

### 1.5.3 Metode Perancangan

Dalam perancangan media video promosi Ayam Penyet Sambel Ijo Namada menggunakan proses pembuatan dengan standar umum yang meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pra produksi meliputi pencarian ide, penentuan tema, pembuatan *storyboard*, serta naskah narasi. Produksi meliputi pembuatan visual dan audio. Sedangkan pasca produksi meliputi penyerahan produk ke objek penelitian untuk diimplementasikan ke sosial media terkait.

### 1.5.4 Metode Testing

Pada tahap *testing* ini menggunakan metode kuesioner dengan segmentasi responden berupa responden konsumen dan juga responden pelaku kreatif multimedia guna mendapatkan *feedback* hasil video promosi yang baik, mudah dipahami dan menarik bagi konsumen.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Supaya penyajian laporan mudah terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuatlah sistematika penulisan secara garis besar pada penelitian berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

## BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan pengantar terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memberikan uraian mengenai tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang penelitian dengan tema yang serupa guna dijadikan sebagai referensi penulis dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diambil penulis. Teori-teori ini diambil dari literatur-literatur, dokumentasi, serta informasi dari berbagai pihak.

**BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisis perancangan, tinjauan umum pada objek yang akan diteliti, analisis yang dibuat, identifikasi masalah-masalah dan kelayakan.

**BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan hasil-hasil dari tahapan penelitian, tahapan analisis, tahapan testing dan hasilnya.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan, saran dan kritik terhadap peneliti guna menghasilkan media promosi yang lebih baik dimasa mendatang.

