

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kehadiran teknologi informasi saat ini sudah semakin berkembang. Informasi yang efektif dapat disebarluaskan melalui internet, termasuk juga iklan. Pengguna aktif media sosial di Indonesia khususnya Yogyakarta meningkat pesat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data yang diumumkan badan pusat statistik Indonesia, penduduk Yogyakarta berusia 5 Tahun ke atas yang aktif menggunakan media sosial pada tahun 2019 adalah sebanyak 88,12 persen dan pada tahun 2021 sebanyak 92,06 persen. Hal ini menunjukkan kenaikan sebanyak 3,94 persen. Sementara itu, populasi masyarakat Indonesia yang aktif menggunakan media sosial di Indonesia sebanyak 62,10 Persen [1].

Berdasarkan hasil wawancara peneliti terhadap bengkel PDK Custom, bengkel PDK Custom sendiri sudah berdiri sejak 2013, dan sudah banyak menghasilkan beragam jenis karya tangan motor custom berbagai genre dengan bentuk unik sesuai dengan keinginan customer sendiri. Visi dan misi dari bengkel ini sendiri yaitu menghasilkan karya motor dengan nilai dan daya jual tinggi khususnya di lini budget pelajar Indonesia yang memiliki dana dan pengetahuan minim. PDK Custom, selama masa pandemic covid 19 sempat ingin menutup sementara bengkelnya karena ikut terdampak pandemik Covid 19. Walaupun pandemi telah berakhir, pemerintah kini memperbolehkan aktifitas sosial ekonomi, termasuk bengkel PDK Custom yang ingin kembali bangkit. Salah satu strategi yang dilakukan oleh PDK Custom adalah melalui video iklan sosial media. Akan tetapi karena keterbatasan SDM Pembuatan iklan sosial media tersebut belum dapat dilaksanakan.

Berangkat dari masalah yang telah diuraikan di atas, dengan tujuan untuk memulihkan dan membangkitkan kembali nama bengkel PDK Custom di daerah Yogyakarta, maka di ambillah judul "Analisis dan perancangan iklan sosial media pada bengkel PDK Custom" dengan tujuan untuk kembali memulihkan dan

mempermosikan nama bengkel PDK Custom yang sejak pandemic Covid 19 masuk ke Indonesia, nama bengkel tersebut redup dan terancam tutup.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasar latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disimpulkan permasalahan yang dapat di angkat adalah bagaimana membuat video iklan sosial media untuk bengkel PDK Custom?

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang penelitian di atas, maka terdapat batasan masalah dalam penelitian ini diantaranya:

- a. Video promosi didesain dengan menggunakan teknik live shoot, dan motion graphic.
- b. Menampilkan video promosi PDK Custom.
- c. Sumber data penelitian langsung di ambil dari PDK Custom
- d. Video promosi hanya akan di tayangkan pada media social Instagram.
- e. Standart file menggunakan kompresi standart H2.64 dengan format MP4.
- f. Perancangan video dalam penelitian ini mencakup pra produksi, produksi, dan paska produksi.
- g. Video iklan berdurasi satu menit.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Terdapat juga tujuan dari dibuatkannya penelitian ini adalah mempromosikan bengkel PDK Custom serta memberi edukasi yang menarik, komunikatif dan efektif kepada pencinta motor custom Indoneisa.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian masalah yang telah disampaikan pada latar belakang masalah diatas, maka terdapat pula manfaat penelitian yaitu untuk dapat membantu masyarakat mendapatkan informasi.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini disusun secara sistematis dan dibagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut ini :

### BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini telah diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### BAB II : Landasan teori,

Pada bab ini, akan diuraikan latar belakang masalah. Rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

### BAB III : Metode Penelitian.

Pada bab ini, membahas tentang bengkel PDK Custom seperti sejarah, perancangan iklan yang dibuat, gambaran iklan secara umum, kebutuhan yang dibutuhkan.

### BAB IV : Hasil dan Pembahasan.

Pada bab ini membahas implementasi pembuatan iklan. tahap analisis, desain, serta hasil implementasi pada video iklan sampai ke tahap terakhir yaitu rendering atau hasil dari iklan berupa video yang digunakan sebagai media iklan

### BAB V : Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari skripsi yang telah dilakukan.