

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat, sebuah perusahaan perlu melakukan suatu perencanaan untuk menciptakan masa depan usaha melalui perubahan yang dilakukan sejak dini. Pemilihan media promosi yang tepat merupakan salah satu langkah yang dapat diambil sebuah perusahaan dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaingnya, dikarenakan media promosi memiliki peranan untuk meyakinkan nilai komunikasi dari suatu produk, jasa, image atau perusahaan untuk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas [1].

Sewa Drone YK adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyewaan drone dan jasa videografi untuk area Yogyakarta dan sekitarnya. Berdiri sejak awal tahun 2018 dan dipercaya untuk mendokumentasikan berbagai kegiatan seperti *wedding, tour, event, company profile* sekolah, pemetaan lahan, video promosi wisata, festival, dan lain-lain. Sampai saat ini dalam memperkenalkan penyewaan drone masih mengandalkan relasi dari pergaulan, pertemanan, dan pembuatan akun resmi di media sosial seperti instagram.

Sewa Drone YK mempunyai *followers* (pada tanggal 02 Desember 2019) di instagram sejumlah 391 dan 267 postingan, setelah dikaji ulang dalam menggunakan media promosi di media sosial hanya memanfaatkan beberapa elemen multimedia diantaranya audio, video dan gambar [2].

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan elemen video dengan teknik *motion graphic* sebagai sarana yang akan dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi pemasaran. Pemilihan media promosi berbentuk video dikarenakan video mampu menjadi sebuah media yang dapat mengkomunikasikan ide, pesan, dan atau citra melalui kombinasi elemen penglihatan, suara, dan gerakan yang diharapkan dapat menstimulasi penonton untuk menggunakan produk yang ditawarkan [3].

Alasan pemilihan *motion graphic* sebagai teknik yang cocok untuk media promosi karena teknik ini mempunyai kelebihan yang membuatnya lebih unggul dibandingkan dengan teknik lain, yaitu memvisualkan apa yang tidak bisa divisualkan oleh media informasi lain seperti pamflet dan brosur. Selain itu, yang menjadi keunggulan *motion graphic* sebagai media promosi adalah pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan tidak hanya dalam bentuk audio saja, tetapi dapat berupa audio visual [4]. Penulis mengilustrasikan informasi dan keunggulan yang ditawarkan Sewa Drone YK menggunakan teknik *motion graphic*.

Hasil akhir dari pembuatan video iklan Sewa Drone YK ditayangkan melalui sosial media instagram menggunakan fitur instagram *Ads* karena dapat menjadi sarana untuk meningkatkan *brand exposure*, *traffic website*, dan mengumpulkan *leads* (pengikut) baru [5]. Hasil akhir pembuatan media promosi berupa video dengan format .Mp4, durasi 59 detik, dengan resolusi 1920x1080 *pixels*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengangkat judul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan dengan Teknik Motion Graphic pada Sewa Drone Yogyakarta”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis merumuskan masalah yang akan diselesaikan yaitu: “*Bagaimana merancang dan membuat video iklan pada Sewa Drone Yogyakarta dengan menerapkan teknik motion graphic?*”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka pada penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal yaitu :

1. Iklan yang disajikan dalam bentuk audiovisual yang berdurasi 59 detik.
2. Teknik video yang dipakai menggunakan teknik *motion graphic*.
3. Ekstensi video menggunakan format *.mp4.
4. Penelitian ini dilakukan di kantor Sewa Drone YK.
5. Dikemas dengan format file video *.mp4 dengan ukuran 1920x1080 *pixels*.
6. Video iklan Sewa Drone YK di unggah di media sosial instagram.
7. Iklan yang disampaikan hanya mencakup mengenai profil Sewa Drone YK.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Membuat media promosi dalam bentuk video.
2. Menerapkan teknik *motion graphic* dalam pembuatan video iklan Sewa Drone YK.

3. Video iklan akan ditayangkan di instagram Sewa Drone YK menggunakan fitur *instagram Ads*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat bagi Penulis

1. Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang di dapat selama menempuh pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Dapat menyusun skripsi sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan Strata-1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Manfaat bagi Objek Penelitian

1. Sebagai media promosi pada Sewa Drone YK.
2. Mengenalkan Sewa Drone YK kepada masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.
3. Dengan dibuatnya iklan ini, diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang ada di Sewa Drone YK.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan) yang mendeskripsikan objek penelitian secara rinci dan mendalam dengan tujuan mengembangkan konsep atau pemahaman dari suatu gejala [6].

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Wawancara (*Interview*)

Penulis melakukan sesi wawancara secara langsung kepada mas Agus Muhammad Zainul Farkhan selaku *owner* Sewa Drone YK pada tanggal 22 November 2019 guna memperoleh informasi data mengenai Sewa Drone YK untuk keperluan dalam pembuatan iklan.

1.6.1.2 Metode Pengamatan Langsung (*Observasi*)

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada Sewa Drone YK pada tanggal 22 November 2019 terkait media promosi yang telah digunakan selama ini serta guna mendapatkan data-data lain yang dibutuhkan pada obyek penelitian.

1.6.1.3 Studi Pustaka

Pada metode ini penulis mengumpulkan informasi dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku, karya ilmiah dan file-file dari internet yang berkaitan dengan pembahasan sebagai bahan referensi penyusunan skripsi dan pembuatan video iklan.

1.6.2 Metode Pengembangan Multimedia Development Life Cycle (MDLC)

Metode yang digunakan untuk pengembangan multimedia adalah metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Pengembangan metode multimedia ini dilakukan berdasarkan enam tahap, yaitu *concept* (pembuatan konsep), *design* (perancangan), *material collecting* (pengumpulan bahan), *assembly* (pembuatan), *testing* (pengujian), dan *distribution* (pendistribusian) [7].

1.6.3 Metode Analisis

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penerapan model analisis SWOT pada penelitian ini. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) [8].

1.6.4 Metode Testing

Metode testing yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengujian alpha untuk memeriksa kesesuaian antara analisis dan desain dengan *prototype* yang dihasilkan, dan pengujian beta yang dilakukan dengan cara memberikan kuesioner untuk mendapat penilaian dan saran dari responden.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memudahkan penyajian laporan sehingga dapat tersaji dengan terstruktur sesuai dengan pokok-pokok pembahasan, dalam hal ini penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan, tujuan penelitian, metode penelitian, metode analisis, metode perancangan, metode pengembangan, metode implementasi, dan sistematika penulisan dalam penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan pembahasan mengenai teori-teori dan referensi yang menjadi dasar penelitian secara umum.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi deskripsi objek penelitian, analisis, serta perancangan terhadap video promosi yang akan dibuat berdasarkan metode pengembangan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang meliputi tahapan concept (pembuatan konsep) dan design (perancangan).

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBUATAN

Bab ini menguraikan implementasi dari hasil analisis dan perancangan dalam pembuatan media iklan Sewa Drone YK menggunakan teknik *motion graphic* berdasarkan metode pengembangan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang meliputi tahapan material collecting (pengumpulan bahan), assembly (pembuatan), testing (pengujian), dan distribution (pendistribusian).

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil pembuatan dan pengujian iklan serta saran masukan untuk iklan yang telah dibuat guna menyempurnakan laporan yang telah dibuat