

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perjalanannya, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tabalong telah beberapa kali mengalami perubahan Nomen Klatur. Pada tahun 2014 berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 15 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Tabalong dengan Nomen Klatur Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Pada tahun 2016 berdasarkan Peraturan Daerah nomor 05 tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah, dipecah menjadi 2 (dua) Dinas yang berdiri sendiri dengan Nomen Klatur yang berbeda yaitu Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

Kemudian pada tahun 2021, berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Tabalong Nomor 03 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Tabalong Nomor 05 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Tabalong dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tabalong kembali digabung menjadi satu dengan Nomen Klatur Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan yang menyelenggarakan urusan pemerintahan Bidang Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Urusan Pemerintah Bidang Perindustrian dan Urusan Pemerintah Bidang Perdagangan.

Menurut KABAG PLUT KUMKM pihaknya saat ini melakukan promosi produknya dengan menggunakan media social Facebook dan Instagram untuk meningkatkan penjualan produknya. KABAG PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong saat ini melakukan promosi dengan memposting foto dan menggunakan fitur story yang ada di Instagram untuk meningkatkan jumlah penjualan. Selain menggunakan sosial media untuk melakukan promosi, biasanya pengunjung mengajak kerabat untuk berkunjung ke PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong. Perkembangan teknologi dan informasi sekarang sangat pesat. Sehingga kita dapat memanfaatkan multimedia sebagai sarana periklanan dan sebagai tempat penyampaian informasi yang menarik.

Berdasarkan kebutuhan di atas maka solusi yang di butuhkan adalah dengan membuat video iklan dengan menggunakan teknik liveness dan motion grafis untuk menampilkan tata cara masuk dengan menggunakan protokol kesehatan, memperlihatkan produk yang ada di PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong, makanan minuman yang dipublikasikan serta cerita pendek UKM. Yang di harapkan dapat membantu ketertarikan konsumen untuk mengunjungi PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "Bagaimana Membuat Iklan Animasi 2 Dimensi "Produk unggulan UMKM yang bermitra dengan PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong"?"

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah dari penelitian ini agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahas menjadi terlalu luas. Adapun Batasan masalah dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Video ini menggunakan teknik penggabungan animasi dan motion grafis.
2. Penelitian dilakukan di PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong.

3. Informasi yang didapat mencakup UKM, Nama Usaha dan Produk.
4. Untuk Software editing menggunakan Corel Draw x8, Adobe Photoshop CC 2019, Adobe After Effect CC 2019, dan Adobe Premier Pro CC 2019.
5. Video iklan akan diserahkan kepada pihak PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong dan menjadi kewenangan pihak PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai sarana publikasi dan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong sebagai media iklan.
2. Mengimplementasikan Teknik animasi dan motion grafis pada Video Iklan PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong.
3. Untuk memberikan informasi tentang UKM, Nama Usaha, dan Produk yang ada di PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong secara visual melalui video iklan.
4. Membantu meningkatkan promosi bagi PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong agar lebih dikenal masyarakat luar.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu :

Bagi peneliti Menerapkan ilmu yang telah ditempuh selama berkuliah di Universitas Amikom Yogyakarta dibidang multimedia.

Bagi PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong Dapat membantu promosikan PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong melalui video.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam analisis dan pembuatan video iklan ini sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode ini dilakukan karena perlu adanya tinjauan langsung ke lapangan/area PLUT KUMKM Kabupaten Tabalong agar data yang di dapat semakin jelas. Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang spesifik dan mengamati apa saja potensi sebuah UKM yang bisa ditingkatkan.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode ini digunakan untuk melakukan tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk pembuatan video iklan.

1.6.1.3 Studi Literatur

Merupakan metode pengumpulan data dengan membaca buku, artikel, jurnal dan laporan penelitian. Dengan tujuan sebagai bahan referensi atau panduan dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas.

1.6.2 Metode Analisis

Untuk mengidentifikasi masalah, maka harus dilakukan analisis terhadap kinerja, informasi, ekonomi, pengendalian, efisiensi dan pelayanan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode SWOT. Panduan ini dikenal dengan analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threat)

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan untuk membuat video iklan ini yaitu tahap pertama pra-produksi yang meliputi konsep, naskah, dan storyboard. Tahap kedua yaitu produksi yang meliputi desain video. Tahap terakhir yaitu pasca produksi yang meliputi compositing, editing dan rendering.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistem penulisan yang digunakan akan memuat uraian secara garis besar isi laporan skripsi per bab adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang hal-hal yang berhubungan dan mendukung dalam hal pembuatan video iklan ini yang dibuat berdasarkan pemaparan teori termasuk teknik dan pembuatan video yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis kebutuhan produksi. Proses pra produksi pada proses pembuatan video iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang proses produksi dan proses pasca produksi dalam pembuatan video iklan

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan hasil penelitian yang berisi kesimpulan.

