

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seluruh individu di setiap penjuru dunia tengah merasakan bagaimana teknologi informasi dan komunikasi di era digitalisasi ini berkembang. Internet dapat dianggap merupakan salah satu yang juga turut berkembang. Internet juga sangat banyak diminati sebagai media baru untuk saling berkomunikasi antar sesama individu hampir dalam semua bidang, internet telah digunakan sebagai alat komunikasi dan interaksi nomor satu dan paling utama. Adanya internet membantu setiap individu untuk saling terhubung satu dengan yang lainnya tanpa adanya batasan jarak dan waktu. Sarana komunikasi ini dirangkum dalam sebuah istilah, yaitu media sosial. Pengaruh dari adanya media sosial di kehidupan masyarakat ini tentunya sedikit banyak ikut mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, tentunya juga berpengaruh dalam bidang bisnis.[1]

Pada saat ini, para pelaku bisnis juga ikut menggunakan media sosial dalam mendongkrak dan mempertahankan bisnisnya. Pelaku bisnis menggunakan berbagai media sosial dengan tujuan melakukan proses pemasaran pada produk atau jasa yang mereka tawarkan. Selain itu, penggunaan media sosial yang tak terbatas juga memungkinkan tersebarnya promosi tersebut semakin menyeluruh dan dapat diakses oleh siapapun para pengguna internet.[1]

Salah satu media sosial yang memiliki jangkauan yang luas dan banyak dimanfaatkan sebagai media promosi adalah Instagram. Tersedianya berbagai fitur termasuk memberikan kesempatan terhadap penggunanya untuk mengunggah foto dan video yang dapat dimanfaatkan juga untuk mengunggah berbagai hal menarik yang dimiliki oleh para pelaku bisnis untuk memperkenalkan produk atau jasanya. Adanya media sosial tentunya sangat membantu para pelaku bisnis dalam memperluas jangkauan pemasaran untuk produk dan jasa yang mereka miliki.[1]

*Schoenclean.co* adalah penyedia jasa *laundry* sepatu yang bertempat di Jl. Taqwa, Jenengan, Maguwoharjo, Yogyakarta. Sebagai penyedia jasa *laundry*

sepatu *Schoenclean.co* memiliki keunggulan layanan *pickup & delivery* untuk para customer. Disini penulis mengharapkan agar calon customer bisa lebih tahu bahwa ada jasa *laundry* sepatu *Schoenclean.co* yang memberikan pelayanan *pickup & delivery* yang mana akan mempermudah customer, hal ini tentu saja memerlukan langkah lebih untuk bisa meningkatkan pemasaran dan untuk mewujudkan tujuan tersebut dengan menggunakan sebuah video yang dimana pada zaman sekarang sangat disukai oleh masyarakat, karena hanya dengan melihat dan mendengarkan masyarakat akan lebih paham dan menerima informasi yang akan disampaikan. Video tersebut akan dibuat dalam bentuk sebuah video iklan menggunakan teknik *motion graphic*. *Motion graphic* merupakan media yang akan digunakan untuk memperkenalkan keunggulan dari *Schoenclean.co*. Mengingat saat ini merupakan era digital, akan efektif bila informasi yang akan kita sampaikan juga berbentuk digital, karena informasi digital dapat diakses dengan mudah di era yang serba digital seperti sekarang ini.

Iklan promosi *Schoenclean.co* akan dibuat menggunakan teknik *motion graphic*. Seperti yang kita ketahui, *motion graphic* memiliki keunggulan tersendiri. *Motion graphic* terdiri dari berbagai macam elemen multimedia yang di dalamnya ada teks, grafik, gambar, audio, animasi bahkan juga video.

Dengan latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perancangan Iklan Schoenclean.co Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik *Motion Graphic*”** dan berupaya semaksimal mungkin membuat sebuah iklan yang diharapkan dapat memperluas promosi dan publikasi dari *Schoenclean.co*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu **“Bagaimana membuat iklan *Schoenclean.co* sebagai media promosi dengan menggunakan teknik *Motion Graphic*?”**

### 1.3 Batasan Masalah

Agar video yang dibuat bisa sesuai dengan yang diharapkan dan direncanakan maka diberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian hanya ada di *Schoenclean.co*.
2. Iklan akan dibuat menggunakan teknik *motion graphic*.
3. Iklan akan memiliki target durasi 90 detik.
4. Iklan akan diunggah di akun Instagram *Schoenclean.co* yaitu *@schoenclean.co* dan akan di promosikan ke akun akun instagram promosi yang lain dalam bentuk video *reels*.
5. Animasi *motion graphic* akan dibuat menggunakan software Adobe Photoshop CC 2021, Adobe After Effect CC 2021, Adobe Premier CC2021 dan Fl Studio 20.
6. Iklan akan berformat Mp4 dengan model portrait 1080 x 1920p.
7. Hasil video promosi akan dievaluasi oleh pihak *Schoenclean.co* dan teknisi animasi *motion graphic* video promosi akan dievaluasi oleh ahli multimedia.

### 1.4 Tujuan Penelitian

1. Memperkenalkan *Schoenclean.co* kepada masyarakat luas melalui video iklan dengan media Instagram.
2. Menerapkan teknik *motion graphic* pada sebuah pembuatan iklan layanan cuci sepatu.

### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat yang diperoleh oleh bagi penulis adalah menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Manfaat bagi *Schoenclean.co* adalah dapat digunakan sebagai dokumentasi *Schoenclean.co* dan dapat digunakan sebagai media promosi kepada masyarakat luas.
3. Manfaat bagi animator adalah sebagai referensi acuan untuk animasi *motion graphic* yang akan dibuat.

4. Manfaat bagi masyarakat untuk mengenalkan layanan *Schoenclean.co*.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1. Metode Wawancara

Peneliti melakukan tanya jawab langsung kepada owner *Schoenclean.co* berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang *Schoenclean.co* untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisis penelitian.

### 2. Metode Observasi

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

### 3. Metode Perpustakaan

Cara dilakukan dengan membaca buku-buku tentang *motion graphic* untuk mendapatkan dasar-dasar teori tentang masalah pembuatan suatu iklan.

## 1.7 Metode Perancangan

### 1. Pra Produksi

Merupakan metode dimana segala kegiatan yang berhubungan dengan persiapan sebelum melakukan produksi seperti: Perancangan Konsep, Naskah, Storyboard.

### 2. Produksi

Tahap ini merupakan tahapan pembuatan iklan serta pengimplementasian *motion graphic* pada iklan sesuai dengan konsep dan naskah yang telah dibuat.

### 3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana dilakukan proses editing terhadap file hasil produksi. Pada tahap ini akan dilakukan pengkomposisian file hasil produksi, animasi, dan proses editing dengan sound yang kemudian akan dijadikan file video sehingga dapat dimainkan pada software video player.

## 1.8 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan disosial media atau media lainnya yang sesuai dengan kewenangan *Schoenclean.co* menggunakan *alpha testing* dan *beta testing*.

## 1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti dan tentang perangkat lunak yang mendukung pembuatan iklan untuk media informasi, seperti konsep dasar iklan.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab III menguraikan tentang ide cerita, storyboard, serta tema pada implementasi teknik *motion graphic* pada video iklan *Schoenclean.co*.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab IV menguraikan tentang proses produksi dan proses pasca produksi dalam pembuatan video iklan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab V merupakan bagian akhir dari penulisan hasil penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam laporan skripsi.

**LAMPIRAN**

Berisi dokumen tambahan yang ditambahkan (dilampirkan) ke dokumen utama.

