

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagaimana diketahui bahwa setiap perusahaan membutuhkan pemasaran untuk mempromosikan suatu perusahaan agar lebih di kenal masyarakat. Melakukan pemasaran atau biasa dikenal dengan istilah *marketing* yang telah lama berkembang di dalam dunia penjualan. Dengan adanya teknologi informasi berbasis multimedia bisa membantu pekerjaan masyarakat dalam kehidupan sehari – hari mulai dari pekerjaan bidang sosial maupun dalam bidang usaha apapun. Informasi yang di sajikan beragam mulai dari informasi melalui video dan gambar, namun pada era teknologi ini media informasi melalui video, yang paling banyak digunakan dalam bidang sosial dan usaha karena media informasi melalui video lebih mudah di pahami dan di mengerti oleh masyarakat, informasi yang di sampaikan dalam bentuk video bisa di lihat dan di pahami bagaimana dan seperti apa bentuk informasi yang di sampaikan, mulanya dari kegiatan distribusi dan penjualan saja kini mulai berkembang menjadi usaha dan mempertemukan produsen dengan konsumen [1]

Hal itu merupakan langkah untuk memperkenalkan produknya melalui program promosi kepada konsumen selangkah lebih baik. Dengan adanya sekarang aplikasi *Instagram* yang sudah tidak asing lagi bagi kaum anak milenial untuk menggali informasi dan tempatnya membeli produk. Hasil riset ini membantu para pemasar memahami bagaimana, di mana, dan mengapa orang menggunakan *Instagram*. Maka

dari itu tokoh publik figure ataupun selebgram digunakan dalam hal pemasaran produk maupun jasa di *Instagram*, karena banyak dari orang di Indonesia sudah tidak asing dengan Aplikasi *Instagram* dan di jadikan tempat hangout kaum para milenial yang bisa di jadikan target produk yang akan di jualkan [2].

Dengan cara melihat peluang tadi, studi ini menemukan bahwa konsumen Indonesia memiliki total waktu rata-rata menikmati *Instagram* mulai dari bangun pagi, jam istirahat kegiatan yang sedang bekerja di suatu instansi perusahaan dan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan mereka, menyempatkan waktu untuk bermain *Instagram* dan setelah pulang kegiatan setiap harinya, 53 persen dari waktu tersebut dihabiskan untuk memainkan *Instagram*, terhitung selama hampir empat jam setiap hari (229 menit) dan mungkin bisa di bilang sudah menjadi kebiasaan mereka untuk menghabiskan waktu.

Maka dari itu pemasaran iklan *Instagram* pada suatu produk ialah langkah yang tepat bagi pengusaha untuk memasarkan produk andalan mereka ke masyarakat sehingga produk tersebut di ketahui ragam dan manfaatnya oleh luas oleh masyarakat luas.

Saat ini Vox Store, mempunyai suatu produk Custom Case kekinian berdiri pada akhir tahun 2017 belum memiliki media informasi dan promosi pada produk yang di jual Vox Store, untuk mengatasi masalah ini perlu di buatnya media informasi dan promosi mengenai produk Vox Store sehingga usaha ini bisa di kenal oleh masyarakat.

Dengan latar belakang masalah tersebut, maka untuk mengimplementasikan permasalahan diatas yaitu dengan cara melakukan penelitian. Judul penelitian tersebut adalah Perancangan dan Pembuatan Iklan Media Sosial Pada Vox Store Menggunakan *Motion Graphic*.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu bagaimana perancangan dan pembuatan Iklan Media Sosial pada Vox Store sebagai media informasi dan promosi produk Vox Store.

### 1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian dan pembuatan Iklan ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil akhir dari pembuatan Iklan ini akan berdurasi selama 1 menit
2. Sasaran media promosi pada Media Sosial yaitu *Instagram*
3. Iklan akan menggunakan teknik *Motion Graphic*.
4. Penelitian ini hanya sebatas membuat sesuai dengan kebutuhan pihak Vox Store kemudian diserahkan untuk dijadikan sebagai bahan promosi "Vox Store"
5. Ditunjukan kepada masyarakat umum
6. Dikemas dengan format file video, mp4 dengan kualitas full HD 1080p resolusi 1920 x 1080p.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan

Tujuan diadakan laporan ini agar permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan Iklan Media Sosial dapat terlaksana sehingga tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan ilmu multimedia yang diperoleh ke dalam bentuk media informasi dan promosi suatu perusahaan.
2. Menerapkan teknologi informasi berbasis multimedia yang berupa video iklan *motion graphic* di media social pada Vox Store

#### 1.5 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan kita, maka dalam pembuatan media promosi ini diperlukan data yang benar dan akurat. Maka penulis melakukan beberapa metode dalam pengumpulan data dan peneliti melakukan penjabaran bagaimana cara-cara memperoleh data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian, sebagai berikut:

##### 1. Observasi

Digunakan untuk melakukan pengamatan terhadap video-video yang menggunakan tehnik *motion graphic*, untuk melihat kekurangan media promosi yang dilakukan sebelumnya.

##### 2. Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pihak terkait, yaitu kepada owner dan tim marketing

### 3. Kuisisioner

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden.[3]

#### 1.5.1 Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai yaitu menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Di dalam analisis SWOT akan membahas membahas kebutuhan Software, Hardware, dan Brainware yang digunakan dalam penelitian.tentang kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threat*) dari iklan ini.[4]

#### 1.5.2 Metode Pengembangan

Tahapan ini menggambarkan proses perancangan video sebagai media promosi. Perancangan video ini dapat menggunakan standar produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah, yaitu: [6]

##### 1. Praproduksi

Perancangan naskah cerita jalan cerita rencana iklan media sosial dalam bentuk tulisan *Storyboard* dan menyiapkan beberapa karakter

##### 2. Produksi

Pembuatan standard karakter yang sesuai dengan konsep *storyboard*. Hal utama yang perlu menjadi catatan dalam proses pembuatan video adalah kesesuaian antara frame di *storyboard*. Animasi & *effect Editing* nanti nya sehingga sesuai apa yang di rencanakan oleh sang perancang.

### 3. Pasca Produksi

Proses ini mencakup penggabungan *Effect Sound*, Pemberian *Effect Spesial* pada Video dan Pengambilan suara pada karakter dan menyatukan *Frame - Frame* yang terdapat pada video. [5]

#### 1.5.3 Metode Evaluasi

Pengujian terhadap pada tahap pasca produksi, Animasi motion graphic yang telah dibuat akan diuji untuk menentukan kualitasnya serta memperoleh data yang akan digunakan sebagai bahan revisi produk. Pengujian yang dilakukan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada sample customer Vox Store.

#### 1.5.4 Metode Testing

Peneliti akan melakukan penayangan hasil akhir dari video iklan ini di hadapan pemilik usaha dan kepada tim produksi apakah iklan ini layak atau tidaknya di tayangkan di Media Sosial.

#### Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok – pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN**

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

**BAB II LANDASAN TEORI**

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti dalam skema penelitian dan tentang perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan iklan secara singkat.

**BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab III membahas profil Vox Store, analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional berupa kebutuhan software, hardware dan brainware serta pengertian tahap pra produksi.

**BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab IV ini membuat langkah atau proses, hasil pengujian dan analisis serta saran - saran yang akan disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.

**BAB V PENUTUP**

Bab V membuat kesimpulan dan hasil pengujian serta analisa saran-saran yang akan disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.