

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini banyak iklan yang dibuat dalam bentuk video promosi. Dengan ide dan gagasan yang unik, serta perancangan yang sistematis membuat suatu video promosi dapat menjadi sangat menarik. Video promosi yang unik dapat menimbulkan efek positif bagi perusahaan atau instansi pembuat video promosi tersebut. Sebab semakin tinggi tingkat ketertarikan konsumen terhadap video promosi yang dibuat maka akan berbanding lurus dengan ketertarikan konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan sang pembuat iklan tersebut [1].

Banyak teknik yang dapat digunakan untuk memproduksi sebuah video promosi salah satunya adalah *Motion graphic*. *Motion graphic* merupakan satu kesatuan *assets* grafis yang dianimasikan [2]. Saat ini video promosi yang dibuat menggunakan *motion graphic* cukup diminati. Karena jika diimplementasikan dengan tepat maka akan mempermudah konsumen untuk menangkap pesan yang akan disampaikan dalam konten tersebut.

Indonesia merupakan negara yang sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani atau bisa disebut juga dengan negara agraris. Dengan keadaan Indonesia yang sangat menguntungkan bagi sektor pertanian namun pada kenyataannya masih banyak petani yang tidak sejahtera di Indonesia hal ini dapat dilihat dari tingkat kemiskinan yang ada di Indonesia yang sebagian besar penduduk

miskin tersebut merupakan para petani [3]. Banyak hal yang menyebabkan kurang sejahteranya petani di negeri ini diantaranya hingga saat ini petani masih menggunakan cara yang tergolong tradisional dan tidak dijalankan dengan manajemen yang profesional. Hal tersebut dapat dilihat dari ketiadaan informasi yang akurat tentang pasar, peralatan pertanian yang memadai, luasan lahan, dan perlengkapan mengelola stok [4].

Selain cara yang digunakan masih tradisional hal lain yang menyebabkan kurangnya kesejahteraan petani di Indonesia adalah kurang simetrisnya pasar. Dapat diambil contoh pada komoditas beras terdapat permasalahan yang sering muncul yaitu harga gabah yang diterima petani hampir selalu rendah pada musim panen. Sebaliknya, konsumen di perkotaan sering mengeluhkan tingginya harga beras. Permasalahan ini disebabkan terlalu banyaknya jaringan distribusi yang terdiri dari lima tingkat dimulai dari petani, pedagang perantara/pengumpul gabah, penggilingan padi, pedagang beras di sentra produksi, dan pedagang beras di pasar induk perkotaan dan pengecer [5].

Bringin.id merupakan salah satu startup asal Yogyakarta yang bergerak dibidang pertanian. Bringin.id didirikan pada tahun 2018 dengan visi untuk membantu mensejahterakan petani di Indonesia. Bringin.id berlokasi di Jl. Persatuan Condongcatut, Mladangan, Minomartani, Ngaglik, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Bringin.id bertujuan membantu petani dengan cara menjadi pasar daring yang menjembatani antara petani dengan konsumen langsung. Media promosi yang digunakan Bringin.id berupa poster yang dibagikan di Instagram, adapun akun *instagram* Bringin.id memiliki *followers* sebanyak 94. Sehingga

Bringin.id belum terpublikasi dengan baik dan penyampaian informasi yang tidak optimal.

Konten video merupakan konten yang paling banyak diakses oleh pengguna internet. Hal ini terlihat dari kedudukan youtube yang menjadi nomer dua setelah google pada website yang paling sering diakses [6]. Youtube sendiri merupakan website sharing video diaman semua pengguna yang memiliki akun dapat berbagi video dan mendapat *like*, *comment*, dan *subscribe* oleh pengguna lain [7].

Konten Video juga dapat dibuat menjadi media penyampaian informasi yang efektif. Dengan menggunakan teknik *motion graphic* sebagai sarana memaksimalkan publikasi pada startup Bringin.id maka penyampaian informasi akan lebih mudah untuk diterima oleh masyarakat. peneliti bermaksud mensosialisasikan tentang Bringin.id menggunakan konten video dengan teknik *motion graphic* yang mengangkat judul **"PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA STARTUP BRINGIN.ID MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC."**

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melakukan pengkajian pada latar belakang permasalahan yang dihadapi maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut "Bagaimana PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA STARTUP BRINGIN.ID MENGGUNAKAN TEKNIK *MOTION GRAPHIC* ?".

1.3 Batasan Masalah

Adapun hal-hal mengenai batasan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Video berdurasi yang ditampilkan ialah 1 menit dengan rincian 40 detik untuk *intro* berupa pemaparan data dan fakta, 20 detik inti video berupa pengenalan *Bringin.id*.
2. Video dirancang dengan bentuk 2 dimensi.
3. Informasi yang disampaikan mengenai pengenalan startup *Bringin.id*.
4. Video menggunakan teknik *motion graphic*.
5. Perangkat lunak atau *software* yang digunakan yaitu Adobe After Effect CC 2019, Adobe Illustrator CC 2019, Adobe Premier Pro CC-2019, dan Adobe Audition CC 2019.
6. Format video yang digunakan adalah *.mp4* dengan resolusi HD 1920 x 1080 *pixels*.
7. Peneliti hanya membuat seperti permintaan dari pihak *Bringin.id* selaku objek penelitian.

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari dilakukanya penelitian dengan judul "PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA STARTUP BRINGIN.ID MENGGUNAKAN TEKNIK *MOTION GRAPHIC*" ini adalah sebagai berikut:

1. Maksud dari penelitian ini ialah membuat video dengan bentuk 2 dimensi yang berguna sebagai sarana publikasi pada startup Bringin.id.
2. Menerapkan teknik *motion graphic* pada video yang diproduksi sebagai media informasi atau promosi pada startup Bringin.id.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Tujuan dari diadaknnya penelitian ini adalah merancang video berbentuk 2 dimensi yang menggunakan teknik *motion graphic* didalamnya.
2. Membantu objek penelitain yang dalam hal ini adalah startup Bringin.id memaksimalkan publikasi.
3. Sebagai salah satu syarat wajib yang harus dipenuhi untuk meraih gelar Strata 1 yang ditempuh di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu media yang memperkenalkan startup lokal yaitu Bringin.id kepada masyarakat umum. Untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan.

1.5.1 Bagi Penulis

1. Dapat memberikan pengetahuan tambahan sekaligus meperdalam pengetahuan atas teori yang telah diajarkan khususnya yang berkaitan dengan *motion graphic*.
2. Dapat melakukan penyusunan skripsi sebagai syarat untuk meraih gelar Strata 1 dengan jurusan Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Bagi Bringin.id

1. Memperkenalkan startup Bringin.id kepada masyarakat umum.
2. Mengoptimalkan media publikasi dan promosi.

1.5.3 Bagi Masyarakat Umum

1. Memberi informasi kepada masyarakat umum dan para petani tentang startup Bringin.id
2. Membantu mensejahterakan kehidupan petani.

1.5.4 Bagi Universitas Amlkom Yogyakarta

1. Dokumentasi karya ilmiah berupa Skripsi, dibidang Multimedia.
2. Refernsi bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan karya ilmiah berupa Skripsi.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian dilakukan demi memperoleh kebenaran yang menjadi manifestasi keinginan manusia untuk mengetahui apa yang sedang dihadapinya dengan berdasarkan pada analisis dan konstruksi yang sistematis [8].

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan suatu penelitian. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian kali ini sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Kegiatan observasi beragam video-video yang menggunakan teknik *motion graphic* didalamnya, dengan tujuan sebagai bahan referensi yang nantinya

akan bermanfaat dalam penelitian. Metode ini dilakuakn di *Resource Center* Amikom Yogyakarta pada bulan Oktober hingga November.

2. Metode Wawancara

Metode ini digunakan sebagai bagian dari penggalian informasi yang mendukung berjalanya penelitian, Metode wawancara dilakukan pada bulan November – Desember 2019 dilokasi startup Bringin.id dengan bukti akan keaslian data dari rekaman suara yang telah di ambil pada sesi wawancara. Adapun yang berperan sebagai narasumber berasal dari Bringin.id yaitu Rahmadi Fandu Prassetia selaku CEO.

3. Study Literatur

metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai media seperti internet, jurnal, skripsi dan buku-buku yang berkaitan dengan tema penelitian sebagai bahan referensi dan panduan untuk membuat video promosi yang menggunakan teknik *motion graphic* didalamnya. Metode ini dilakuakn pada bulan Desember di *Resource Center* Amikom Yogyakarta.

4. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan maksud agar peneliti dapat mengumpulkan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen yang terkait, baik gambar, dokumen tertulis maupun dokumen elektronik.

1.6.2 Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT yang merupakan kepanjangan dari *strenght*, *Weakness*, *Oppertunities* dan *Threats*.

1.6.3 Metode Perancangan

Secara umum dikenal 5 tahapan dalam produksi konten kreatif yaitu *development*, pra produksi, produksi, dan pasca produksi [9]. Peneliti memilih salah satu tahapan untuk perancangan dan pembuatan iklan sebagai media promosi pada bringin.id dan tahapan tersebut adalah tahapan pra produksi.

1.6.3.1 Pra produksi

Tahapan ini berisi tentang pembuatan secara nyata yang didalamnya mencakup semua proses yang dibutuhkan dalam pembuatan video promosi. Hal pertama yang harus dikerjakan ialah pembuatan ide cerita, perancangan konsep, pembuatan naskah, *design* karakter serta merancang *storyboard*.

1.6.4 Metode pengembangan

pada metode ini penulis melakukan tahapan produksi dimana setelah tahapan ini selesai maka akan dilanjutkan oleh tahapan selanjutnya yaitu tahapan pasca produksi.

1.6.4.1 Produksi

Tahapan Produksi adalah periode selama video promosi diproduksi secara komersial. Tahapan yang harus ditempuh dalam produksi yaitu tahap Visualisasi, *Dubbing* dan *Editing* tahapan-tahapan ini telah ditentukan pada proses perencanaan sebelumnya.

1.6.4.2 Paska Produksi

Tahapan ini merupakan tahapan yang harus ditempuh setelah video promosi telah diproduksi secara nyata. Tahapan ini berupa *Composing*, *Editing*, dan *Rendering*.

1.7 Implementasi

Penerapan video promosi langsung pada media sosial Bringin.id serta akan dilakukan proses pemasangan iklan menggunakan instagram ads untuk menarik kunjungan dari pengguna instagram.

1.8 Evaluasi

Proses yang bertujuan menilai sesuatu yang didasarkan pada kriteria atau tujuan yang telah ditetapkan. Pada tahap ini peneliti menyebar kuisisioner pada masyarakat, petani, dan staff Bringin.id guna mengetahui kelayakan pada video promosi yang telah selesai dibuat.

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode yang dipilih dalam penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori yang terdiri dari pengertian maupun definisi yang dikutip baik dari jurnal maupun bukuyang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Analisis kelayakan video promosi yang dibuat serta penjelasan tentang storyboard dan analisis pra produksi dibahas pada bab ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini langkah produksi hingga tahap paska produksi untuk pembuatan video promosi diuraikan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan serta saran dari permasalahan yang menjadi topik pengerjaan skripsi ini.

