

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang, iklan telah mengalami perubahan yang signifikan. Dulu, iklan hanya terbatas pada media cetak, televisi, dan radio. Namun, dengan kemajuan teknologi, iklan sekarang dapat dipromosikan melalui berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile. Pembuatan iklan di era sekarang memiliki beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan. Target audiens menjadi faktor penting dalam merancang iklan. Dengan memahami siapa target audiens yang ingin dicapai, kita dapat menyesuaikan pesan dan gaya iklan agar lebih relevan dan menarik bagi mereka. Khususnya toko sembako Alan Perdana. Toko sembako, sebagai salah satu bentuk usaha kecil dan menengah (UKM), menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensi dan bersaing dengan perusahaan besar serta platform e-commerce. Toko Sembako Alan Perdana adalah salah satu toko sembako yang berlokasi di daerah perkotaan. Toko ini memiliki berbagai produk kebutuhan sehari-hari, mulai dari bahan makanan pokok, produk rumah tangga, hingga keperluan lainnya. Meskipun memiliki beragam produk, persaingan yang ketat di pasar lokal menuntut toko ini untuk menemukan strategi pemasaran yang efektif guna menarik lebih banyak pelanggan.

Media promosi digital telah menjadi salahsatu Langkah efektif dalam mencapai target pasar yang lebih luas dan membangun kesadaran merek secara online. banyak orang mengandalkan internet untuk mencari informasi dan melakukan pembelian. Beberapa contoh media promosi digital yang populer termasuk media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, situs web, blog, email marketing, iklan online, dan aplikasi seluler. media promosi digital juga memungkinkan untuk mengukur efektivitas kampanye mereka dengan lebih akurat. Melalui analisis data, mereka dapat melihat berapa banyak orang yang melihat iklan mereka, berapa banyak yang berinteraksi dengan iklan, dan berapa banyak yang melakukan pembelian, Pemanfaatan motion graphics dalam iklan ini diharapkan dapat menjadi solusi efektif dalam menghadapi persaingan di pasar dan membantu Toko Sembako Alan Perdana untuk tumbuh dan berkembang di tengah tantangan bisnis yang semakin kompleks.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu bagaimana pembuatan media promosi berupa video untuk Toko Sembako Alan perdana yang dapat membantu pemilik menyebarkan atau menawarkan produk-produknya ke target konsumen dan tertarik untuk berbelanja di Toko Sembako Alan perdana?

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan yang dirumuskan lebih terarah, maka penulis membatasi penelitian terhadap hal-hal berikut:

- a. Hasil dari penelitian ini berupa Video promosi dengan menggunakan Teknik motion grafik yang menampilkan produk-produk dan lokasi dari Toko Sembako Alan Perdana
- b. Pengecer atau pedangang kecil sekitaran Kec. Pajo akan menjadi target utama dalam video iklan ini.

- c. Pembatasan penelitian difokuskan pada promosi produk dan jasa yang ditawarkan oleh Toko Sembako Alan perdana
- d. Media video iklan yang di gunakan nantinya adalah facebook adds

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai adalah menghasilkan sebuah media promosi berbentuk video iklan Toko Sembako Alan Perdana dengan menerapkan teknik motion grafik untuk memperkenalkan produk-produk dan jasa yang ditawarkan, serta dapat menarik minat target konsumen dan menjadi solusi dari permasalahan ekonomi Toko Sembako Alan Perdana.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Bagi peneliti dapat menerapkan ilmu yang diperoleh di Universitas Amikom Yogyakarta.

b. Bagi Mahasiswa

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dan juga peneliti lain dalam mengembangkan pengetahuan dan pemahaman tentang penggunaan teknik motion graphic dalam iklan.

c. Bagi Toko Sembako Alan

Dapat menjadi solusi dari masalah ekonomi yang di hadapi Toko Sembako Alan Perdana.

d. Bagi Masyarakat Luas

Memberikan informasi tentang produk-produk yang ditawarkan oleh Toko Sembako Alan Perdana

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab pendahuluan menguraikan gambaran secara keseluruhan berupa latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: Landasan Teori

Bab landasan teori berisi tentang kajian pustaka, konsep dasar perancangan dan pembuatan video iklan dengan teknik motion grafik, serta berisi software yang akan digunakan dalam pembuatan video iklan.

Bab III: Metode Penelitian

Bab metode penelitian mencakup analisis dan perancangan tentang sistem yang akan diimplementasikan pada bab berikutnya.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Bab hasil dan pembahasan menguraikan lebih rinci mengenai Implementasi dari bab metode penelitian terkait perancangan video iklan Rumah Makan Laras Slogohimo.

BAB V PENUTUP,

Bab penutup memuat kesimpulan yang dirangkum dari hasil penelitian dalam pembuatan video iklan dan juga beberapa saran tentang apa saja yang harus diperhatikan berdasarkan keterbatasan yang ada agar mendapat hasil yang lebih optimal.