

BAB I **PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital, saluran seperti internet, televisi, radio, dan media cetak memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi. Selain itu, Saluran ini dapat menjadi media utama dalam mempromosikan layanan. Media informasi tradisional terdiri dari radio, televisi, koran, atau majalah sedangkan media digital terdiri dari situs web, blog, media sosial, dan aplikasi telepon [1]. Kemajuan teknologi dan sistem informasi memberikan kemudahan dalam komunikasi dan mengakses informasi. Sistem ini dapat memberikan banyak manfaat terutama pada perusahaan, dimana bisa melakukan promosi penjualan di media sosial dengan mudah sehingga media sosial saat ini menjadi alat yang cukup efektif untuk sebuah promosi [2].

Banyak perusahaan yang beralih dari iklan ke video promosi, khususnya dalam media digital. Hal ini dikarenakan perusahaan ingin mencapai tujuannya dalam menarik minat konsumen agar produk yang dijual dapat diminati oleh masyarakat [3]. Platform media sosial seperti *Instagram* menjadi pilihan populer untuk membuat media promosi dalam menjangkau audiens luas. Dengan fitur ini, perusahaan dapat memberikan konten video promosi kepada masyarakat yang dapat memberikan potensi besar bagi promosi merek dan keterlibatan konsumen [4].

Terdapat beberapa rumah sakit di Kabupaten Kendal salah satunya adalah Rumah Sakit PKU Aisyiyah-Kendal. Rumah sakit ini memiliki misi untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat dan memperluas jangkauan pasar, namun masih banyak masyarakat yang belum mengenal tentang apa saja layanan dan fasilitas yang terdapat pada Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal. Terdapat juga sejumlah permasalahan yang ada dalam penggunaan media promosi seperti keterbatasan anggaran, kurangnya ketepatan dalam menjangkau target *audiens*,

minimnya pemanfaatan teknologi digital, kekurangan kreativitas dalam iklan, dan kurangnya evaluasi terhadap efektivitas promosi yang dilakukan.

Menggunakan teknologi untuk menyajikan informasi secara interaktif melalui media social adalah salah satu cara teknologi yang dapat diintegrasikan dalam proses pemahaman manusia dalam mencerna informasi. Media Sosial menjadi faktor krusial di era saat ini [5]. Dasar pemilihan metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan adalah *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang mampu memberikan pendekatan sistematis untuk merancang dan mengembangkan solusi dari perangkat lunak.

Metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) menggunakan enam tahapan yaitu: konsep (*Concept*), perancangan (*Design*), pengumpulan bahan (*Material Collection*), pembuatan (*Assembly*), pengujian (*Testing*) dan Distribusi. [6]. Metode ini menggabungkan desain grafis, animasi, teks, dan suara untuk memvisualisasikan materi dan membantu menciptakan dampak visual yang kuat, sehingga cocok untuk video promosi. Teknik *motion graphic* sebagai pendukung utama untuk meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas komunikasi dalam menyampaikan pesan kepada pengguna akhir. Oleh karena itu, dalam penerapan Metode MDLC, pengembangan perangkat lunak tidak hanya dilakukan secara sistematis. Akan tetapi juga memastikan kualitas dan konsistensi selama seluruh siklus pengembangan [7].

Pada tahun 2019 lalu, Aljabari mengembangkan sebuah pengembangan perangkat lunak khusus untuk aplikasi multimedia. Metodologi ini menggabungkan Model MDLC dengan prinsip yang sama dengan proses produksi video. Meskipun metode yang diusulkan belum diuji cobakan secara sistematis dan masih bersifat subjektif, siklus MDLC seringkali dimanfaatkan dalam pengembangan aplikasi multimedia interaktif, termasuk produk video promosi iklan dan juga film *documenter* [8].

Penelitian ini juga mencoba mengembangkan metode Model Pengembangan Perangkat Lunak Menyeluruh (MDLC) dalam proses

pengembangan video iklan dengan *live shoot* dan penerapan teknik *motion graphic*. Metode ini akan digunakan untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi penggabungan MDLC dengan proses produksi video dalam mengembangkan video promosi yang berkualitas. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengalaman berharga bagi peneliti dan pengembang multimedia dalam mengoptimalkan penggunaan MDLC dan proses produksi video.

Berdasarkan permasalahan di atas, solusi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai fasilitas dan layanan Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal serta meningkatkan media promosi Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal adalah dengan memanfaatkan video yang menggabungkan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Pendekatan ini bertujuan untuk mengatasi kesan monoton dalam promosi, menciptakan daya tarik yang lebih kuat, dan memberikan dampak maksimal. Penelitian ini memiliki tujuan ganda: pertama, mengkaji efektivitas media promosi yang telah digunakan oleh rumah sakit, dan kedua, menyajikan alternatif yang lebih tepat guna dengan fokus pada penggunaan video iklan yang menggabungkan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan membantu Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal memilih media promosi yang efektif untuk memperkenalkan layanan kesehatan mereka kepada masyarakat secara lebih luas dan mengatasi potensi permasalahan dalam proses promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana merancang video iklan sebagai media promosi pada Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, batasan masalah dari penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Fokus penelitian hanya pada penggunaan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam perancangan video iklan sebagai media promosi bagi Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal.
2. Pembuatan video iklan hanya dilakukan secara internal oleh tim peneliti dan tidak melibatkan pihak eksternal.
3. Pembuatan media promosi ini dilakukan pada Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal.
4. Video iklan ini berdurasi 1 menit 29 detik dan sudah disesuaikan dengan spesifikasi di aplikasi *Instagram*.
5. *Software* yang digunakan adalah *Adobe After Effect CC17*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pembuatan iklan pada Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal adalah sebagai berikut:

1. Merancang video iklan yang efektif sebagai media promosi bagi Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal.
2. Menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam perancangan video iklan untuk Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal.
3. Menyampaikan pesan yang tepat dalam video iklan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian "Perancangan Video Iklan sebagai Media Promosi Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*" adalah sebagai berikut:

1. Memberikan manfaat bagi Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal dalam pengembangan strategi promosi yang lebih efektif dan efisien, khususnya dalam pemanfaatan teknologi dan media digital sebagai media promosi.
2. Memberikan manfaat bagi masyarakat umum dari video iklan, memperoleh informasi akurat dan terpercaya mengenai layanan kesehatan yang disediakan oleh Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal.

3. Memberikan manfaat bagi industri kesehatan dan periklanan dalam pengembangan strategi promosi yang lebih kreatif dan inovatif dengan pemanfaatan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam produksi video iklan.
4. Menjadi referensi dan bahan acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai perancangan video iklan sebagai media promosi dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

1.6 Metode Penelitian

Dalam kajian ini, peneliti bermaksud mengadopsi metode pengumpulan data kualitatif guna meraih data deskriptif dari sumber yang sedang diamati. Pendekatan ini dilakukan melalui metode berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode observasi sebagai salah satu metode penelitian yang digunakan. Observasi dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data mengenai bagaimana proses pembuatan video iklan dilakukan. Mulai dari konsep awal hingga proses pengambilan gambar dan penggunaan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam video iklan tersebut. Data yang diperoleh dari observasi ini akan digunakan sebagai bahan analisis dalam penelitian.

Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat semua kegiatan yang terkait dengan proses pembuatan video iklan Rumah Sakit PKU Aisiyyah Kendal. Observasi dilakukan langsung di lokasi pengambilan gambar dan proses produksi video iklan. Selama proses observasi, penulis mengambil catatan mengenai teknik dan proses pengambilan gambar yang dilakukan, alat yang digunakan, serta penggunaan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam video iklan.

b. Metode Wawancara

Penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa pihak terkait, tentunya untuk mencari keseluruhan data yang akan di buat suatu laporan yang benar dan akurat untuk mengetahui apa saja penyebab dari kurangnya *branding* dari Rumah Sakit PKU Aisyiyah Kendal. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi lebih detail mengenai proses pembuatan video iklan dan teknik yang digunakan. Data yang diperoleh dari wawancara juga akan digunakan sebagai bahan analisis dalam penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan dalam penilaian sistem serta menganalisis sistem yang digunakan pada objek penelitian saat ini adalah analisis SWOT, sehingga penulis dapat menentukan hal apa saja yang diperlukan dalam pembuatan video iklan *live shoot* dan *motion graphic*.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode ini diterapkan untuk merencanakan dan mengilustrasikan proses perancangan iklan serta menguraikan langkah-langkah dari konseptualisasi awal hingga tahap akhir. Selain itu, dalam perancangan iklan yang direncanakan, metode ini juga melibatkan pembuatan *storyboard* yang menggambarkan visual secara berurutan.

1.6.4 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan hasil sudah sesuai dengan konsep atau tidak dan siap untuk ditayangkan di media sosial (*Instagram*). Kemudian menguji efektivitas video, ini dilakukan dengan mengisi kuisioner. Isi kuisioner tersebut biasanya meliputi penilaian mengenai perbandingan informasi yang diberikan sesudah video digunakan atau ditayangkan. Responden yang diambil untuk mendapatkan hasil media informasi yang dapat dipahami oleh *audiens* adalah sebagian dari pihak objek penelitian dan masyarakat umum. Hasil skor survei akan dinilai menggunakan skala *likert*.

1.7 Sistem Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini terdiri dari tujuan bab yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang, masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merinci teori-teori dalam bentuk pengertian atau definisi yang diambil dari kutipan buku dan berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa *literatur review* terkait penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai deskripsi singkat tentang objek penelitian, lalu alur penelitian dan analisis masalah yang terdapat pada objek penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang penerapan implementasi dan testing dari sistem informasi yang di buat.

BAB V PENUTUP

Bab ini mencakup kesimpulan dan saran dari semua pembahasan.