

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pembuatan iklan bertujuan untuk mempromosikan dan mempublikasikan UMKM Dinda Hayu Batik pada masyarakat dengan menggunakan media video cinematic yang dapat dishare melalui berbagai media seperti kanal Youtube, Reels Instagram, maupun Facebook. Dinda Hayu Batik merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak dalam produksi batik tradisional secara manual *Handmade*, yang menjadi salah satu produk unik dengan ciri khas desain biji jambu mete di Sleman. Untuk meningkatkan popularitas dan efektifitas promosi maka Dinda Hayu Batik memanfaatkan platform jejaring sosial untuk mempromosikan produk yang ada. Hal ini karena platform media sosial sangat efektif di era digital saat ini untuk menunjang promosi dari sebuah produk usaha.

Iklan dengan menggunakan video cinematic dipilih dikarenakan kombinasi dari video, teknik pengambilan, dan output yang dihasilkan dapat menunjukkan identitas produk dengan baik. Dengan output yang dihasilkan, pesan yang disampaikan dapat menarik perhatian khalayak melalui visual video yang dihasilkan. Output yang dihasilkan memadukan unsur gambar, video, suara, animasi, dan teks yang mana dapat membantu client dan audiens untuk menikmati dan memahami produk yang dihasilkan. Dalam kajian journal yang diambil, multimedia sebagai dasar pembuatan video ini secara umum merupakan kombinasi dari 3 elemen yang berupa audio, gambar, dan tulisan. Oleh karena itu peneliti berusaha memenuhi 3 unsur tersebut di dalam perancangan dan

pembuatan untuk menyelesaikan permasalahan periklanan di dalam usaha UMKM Dinda Hayu Batik.

Permasalahan yang dimiliki oleh Dinda Hayu Batik adalah keterbatasan dalam memvisualisasikan informasi yang dibutuhkan, oleh karena itu periklanan melalui video cinematic dengan durasi yang tidak terlalu panjang lebih efisien digunakan. Diharapkan dengan output yang dihasilkan dapat menambah jumlah pelanggan dan mampu meningkatkan keuntungan dari UMKM Dinda Hayu Batik.

Pemanfaatan teknologi dalam pembuatan video juga sangat diperlukan di era modern saat ini. Dalam hal pembuatan video promosi sebagai output skripsi ini menggunakan *software* Sony Vegas Pro dan beberapa *software* desain pendukung seperti Corel Draw dan Ai Sebagai pengolah grafis dan animasi logo.

Sehingga diharapkan dari penggunaan *software* yang memiliki *record* pengguna dan rekomendasi yang baik dapat menghasilkan output video yang baik pula. Hasil output video yang diolah berupa video clip pendek tentang iklan dengan gaya *cinematic* yang telah dirancang mulai dari pembuatan script, story board dan juga pemilihan media camera yaitu Fuji XT 10 dengan harapan dapat menghasilkan bahan video dan grafis yang mumpuni. Diharapkan kedepannya melalui video iklan tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan dan pengembangan media promosi UMKM dari Dinda Hayu Batik agar dapat menarik konsumen melalui keunikan produk batik yang dimiliki.

### **1.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari hasil wawancara bersama pemilik sekaligus pengelola UMKM Dinda Hayu Batik, dapat disimpulkan beberapa permasalahan yang dialami sehingga dapat diolah sebagai sebuah konsep R&D dengan metode ADDIE untuk merancang skripsi ini. Rumusan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat efektivitas penggunaan video iklan terhadap minat konsumen ?

### **1.2 Batasan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi melalui diskusi bersama pemilik dan juga pengelola UMKM Dinda Hayu Batik dapat diketahui bahwa permasalahan yang dialami berupa inovasi konten, produk konten, dan jenis video yang dapat digunakan sebagai media promosi. Peneliti dalam hal ini akan berfokus pada pembuatan video promosi sebagai produk yang dapat dihasilkan dari penelitian yang dilakukan. Media video iklan ini akan berfungsi sebagai alat yang akan menarik minat konsumen, menjelaskan produk yang ada, dan membagikan inovasi yang dapat dihasilkan dari produk berkaitan dengan fashion. Banyak media dan teknologi berbasis software aplikasi yang dapat digunakan seperti canva, corel draw, Ai, Cap Cut, Sony Vegas Pro, maupun Adobe Premiere beserta software lainnya dalam pengolahan video. Berbagai macam software dapat digunakan sebagai penunjang kebutuhan, namun dalam segmen ini peneliti hanya akan fokus dalam penggunaan software dengan Vegas Pro sebagai medium utama dan beberapa software seperti Corel Draw, Ai, dan Capcut sebagai medium penunjang. Alasan pembuatan video iklan dengan jenis

cinematic adalah tingkat editing yang mudah, pengambilan gambar yang tergolong cepat, dan memiliki ketepatan penggunaan sebagai iklan media sosial. Selain itu video cinematic tidak menghasilkan output memori yang besar, familiar di kalangan pengguna media sosial dan akan lebih fleksibel digunakan di berbagai platform media sosial yang digunakan sebagai media iklan.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Di Dalam penelitian ini, terdapat banyak kesimpulan dari masalah dan rekomendasi penyelesaian masalah yang dapat diperoleh sehingga peneliti memiliki tujuan yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengetahui seberapa efektif penggunaan video iklan dalam pemasaran suatu produk.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini sangatlah banyak. Dengan pemanfaatan video sebagai media promosi dalam pengembangan UMKM Dinda Hayu Batik dapat juga dimanfaatkan oleh berbagai jenis usaha UMKM untuk dapat meningkatkan pemasaran melalui media sosial maupun platform digital yang sejenis. Beberapa manfaat yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan media promosi melalui video kepada UMKM Dinda Hayu Batik.
2. Video promosi yang dapat diposting dan dishare melalui berbagai platform digital atau media sosial untuk meningkatkan minat konsumen.

3. Pengenalan teknologi, alat, dan proses pembuatan video kepada UMKM Dinda Hayu Batik untuk menjadi referensi perkembangan pengolahan iklan produk di kemudian hari.
4. Dapat menjadi referensi penelitian dikemudian hari dengan harapan dapat dikembangkan dan membantu perkembangan UMKM oleh peneliti lainnya di kemudian hari.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan penelitian. Dalam laporan penelitian ini, sistematika penulisan terdiri dari lima bab, masing-masing diantaranya berisi uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini merupakan pendahuluan yang berisi materi umum sebagai dasar dan landasan penelitian berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini menguraikan tentang teori-teori yang mendasar pembahasan secara terperinci yang memuat tentang pengertian dari video, iklan, desain, dan periklanan, pengaruh periklanan terhadap konsumen dan konsep teori yang akan digunakan dalam proses penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang pengembangan metode dan penjelasan mengenai metode yang digunakan oleh peneliti yang terdiri dari kerangka pemikiran, sumber data dan jenis data serta metode analisis data yang digunakan.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang gambaran umum dari penelitian pembuatan video iklan berupa metode, konsep, perancangan, jenis penelitian, pengofahan data, serta analisis dari objek penelitian.

### BAB V PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan dan saran yang dihasilkan dari serangkaian pembahasan skripsi berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan disampaikan oleh koresponden atau obyek penelitian serta bagi peneliti yang selanjutnya.