

BAB I **PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

Bagi suatu usaha, memperkenalkan dan memasarkan produk yang mereka miliki adalah hal yang sangat penting untuk meningkatkan tingkat penjualan mereka. Agar informasi produk sampai ke konsumen maka diperlukan penyampaian informasi yang jelas dan efektif dengan melalui media periklanan.

Periklanan merupakan penggunaan media bayaran oleh seseorang penjual atau sponsor untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) sebagai alat promosi yang kuat. Pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi secara keseluruhan. Iklan mempunyai cangkupan, jangkauan, dan repetisi yang tinggi dan dapat menampilkan pesan multimedia (suara, gambar, animasi) yang dapat mempertajam ingatan. Ada beberapa media iklan sering ditemui seperti Televisi, Media cetak, Radio, Media outdoor atau indoor, dan juga Internet. Namun promosi yang dilakukan saat ini masih menggunakan media promosi media cetak yaitu brosur, majalah, baliho dan lain-lain. Media ini dirasa masih kurang efektif dan cakupannya kurang luas[1].

Perkembangan teknologi dalam perancangan video kini sangat beragam, salah satunya *motion graphic*. *Motion graphic* adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan music. Penggunaan *motion graphic* yang umum adalah sebagai *title sequence* (adegan pembuka) film atau serial TV, logo yang bergerak di akhir iklan, elemen-elemen seperti logo 3D yang berputar-putar di sebuah siaran, animasi berbasis web, dan lain-lain[2].

Es Jagung Refi merupakan sebuah usaha UMKM berjenis usaha minuman yang menjual berbagai jenis minuman segar dengan berbagai rasa dan toping. Es Jagung Refi kurang bisa memaksimalkan media sosial sebagai media promosinya, hal ini membuat masyarakat kurang tahu terhadap UMKM ini yang mana selama ini hanya menggunakan instagram dan whatsapp sebagai media promosi dengan hanya memposting foto produknya.

Peluang bisnis dari usaha UMKM ini cukup menjanjikan yang mana sudah mulai banyak pesaing yang muncul. Oleh karena itu perlu dibuat suatu promosi sebagai upaya memberikan informasi seputar produk dari UMKM untuk menjangkau pelanggan lebih luas lagi, sehingga UMKM ini memiliki konten promosi yang dapat meningkatkan daya jual produknya. Perancangan *motion graphic* video oleh penulis yang berjudul "*Implementasi Teknik Motion Graphic Pada Pembuatan Iklan Es Jagung Refi*" yang diharapkan dapat membantu kegiatan promosi sehingga membantu meningkatkan minat konsumen terhadap produknya.

Tabel 1.1 Data UMKM Kabupaten Tebo, Jambi

No.	Kecamatan di Kab Tebo, Jambi	Jumlah
1.	VII Koto Ilir	310
2.	VII Koto	271
3.	Tebo Ulu	81
4.	Tebo Tengah	2.804
5.	Tebo Ilir	222
6.	Serai Serumpun	201
7.	Rimbo Ulu	370
8.	Rimbo Ilir	686
9.	Rimbo Bujang	1.782
10.	Muara Tabir	164
11.	Tengah Ilir	70
12.	Sumay	43
Jumlah		7.004

Sumber : Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kab Tebo Tahun 2021

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya sehingga dapat dirumuskan masalah yaitu:

Bagaimana membuat video iklan untuk UMKM es jagung refi dengan menerapkan teknik *motion graphics*.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini akan fokus pada beberapa hal yaitu:

1. Iklan dibuat untuk media promosi pada UKM es jagung refi dalam bentuk video.
2. Peneliti menawarkan penerapan *motion graphic* dalam memproduksi iklan.
3. Iklan berdurasi 1 menit.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan iklan UMKM es jagung refi menggunakan teknik *motion graphic*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat yaitu:

- 1) Manfaat Bagi Penulis:
 - a) Memberikan pengetahuan tentang pembuatan iklan.
 - b) Dapat mengimplementasikan teknik *motion graphic* yang dapat menampilkan video iklan yang menarik.
 - c) Meningkatkan keterampilan dalam membuat iklan.
- 2) Manfaat Bagi Owner:
 - a) Menyebarkan informasi tentang produknya.
- 3) Manfaat Bagi Institusi/Universitas:
 - a) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan teori untuk penelitian lain yang serupa.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara sistematis isi dari laporan ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

berisi Latar belakang masalah, rumusan masalah, ...

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini studi literatur dan dasar teori dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan akan digunakan untuk pemecahan masalah dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, alur penelitian, dan data serta rancangan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan dari hasil bab sebelumnya dengan menjelaskan satu per satu bagian dari proses pembuatan dan pengeditan iklan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian.