

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media promosi berperan krusial dalam memperkenalkan dan memasarkan produk kepada konsumen, dan pemilihan strategi yang tepat sangat penting untuk sukses dalam penjualan [2]. JIBZ Store, yang merintis pada tahun 2023, adalah toko online yang menawarkan produk elektronik, termasuk handphone, dengan fokus pada kualitas dan harga terbaik. Toko ini hadir di berbagai platform seperti Tokopedia dan Topsell Belanja, yang memungkinkan JIBZ Store meningkatkan visibilitas produk dan menarik lebih banyak konsumen.

Video iklan handphone di JIBZ Store dirancang untuk memanfaatkan media visual yang dinamis dan menarik. Video ini tidak hanya menyampaikan informasi produk dengan cara yang atraktif, tetapi juga membangun hubungan emosional dengan konsumen, meningkatkan kepercayaan mereka terhadap merek. Penelitian dalam **Journal of Marketing Communications** menunjukkan bahwa video iklan yang efektif mampu membangkitkan emosi positif pada penonton, yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen terhadap produk yang diiklankan [10]. Selain itu, data dari Nielsen (2019) menunjukkan bahwa 53% konsumen merasa lebih yakin untuk membeli produk setelah menonton video iklannya, menggarisbawahi efektivitas video dalam membangun kepercayaan merek. Dengan tren pemasaran digital saat ini, seperti yang dilaporkan oleh Wyzowl (2023) dan HubSpot (2022), JIBZ Store memanfaatkan video sebagai alat pemasaran untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan engagement, yang pada akhirnya dapat mendorong penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang video iklan handphone yang informatif dan menarik, membantu JIBZ Store bersaing dalam bisnis digital yang semakin ketat, dan mendukung strategi pemasaran mereka secara keseluruhan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan sebelumnya, adapun rumusan masalah yang sudah dirumuskan sebagai Berikut:

1. Bagaimana membuat video iklan yang menarik dan informatif sebagai media promosi di Jibz Store?

1.3 Batasan Masalah

Berikut adalah poin-poin utama dari batasan penelitian yang diuraikan:

a. Penelitian ini hanya akan fokus pada perancangan dan pembuatan video iklan untuk produk handphone di JIBZ Store, sehingga aspek-aspek lain dari strategi pemasaran seperti promosi melalui media cetak atau online lainnya tidak akan dibahas.

b. Analisis efektivitas video iklan akan dilakukan berdasarkan respons dan umpan balik dari konsumen JIBZ Store, sehingga data yang diperoleh akan bersifat subjektif dan terbatas pada persepsi konsumen terhadap video iklan yang dihasilkan.

c. Penelitian ini tidak akan mencakup faktor-faktor eksternal yang mungkin mempengaruhi penjualan handphone di JIBZ Store, seperti kondisi ekonomi atau persaingan dari toko lain.

d. Data yang digunakan dalam penelitian ini akan dibatasi pada periode tertentu yang sesuai dengan durasi penelitian, sehingga hasilnya mungkin tidak mencerminkan tren jangka panjang.

e. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas video iklan dalam konteks promosi produk handphone di JIBZ Store secara spesifik.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai oleh peneliti dalam penelitiannya adalah

1. Mengetahui pembuatan video iklan yang menarik dan informatif sebagai media promosi di Jibz Store

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi JIBZ Store:

- a. Memberikan solusi efektif dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk handphone melalui video iklan.
- b. Membantu JIBZ Store dalam merancang strategi pemasaran yang lebih inovatif dan sesuai dengan tren digital saat ini.

2. Bagi Konsumen:

- c. Memberikan informasi yang lebih jelas, menarik, dan interaktif mengenai produk handphone yang dijual di JIBZ Store.
- d. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan melalui penyampaian pesan yang lebih emosional dan personal.

3. Bagi Penelitian Akademis:

- e. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penggunaan media promosi video dalam strategi pemasaran.
- f. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan media promosi dan pemasaran digital.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah di mengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematikan penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan dasar teori, yang diawali dengan kajian Pustaka, konsep dasar dalam pembuatan video animasi yang menggunakan Teknik motion graphic, serta software-software yang digunakan dalam perancangan video.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian, alur penelitian, serta alat dan bahan yang dibutuhkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang mengimplementasikan video animasi dengan motion graphic.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran yang digunakan untuk mengembangkan media promosi iklan agar menjadi lebih baik untuk kedepannya.