

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Hadirnya teknologi mempengaruhi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap setiap individu ataupun kelompok tertentu, dalam hal ini adalah perusahaan. Kemudahan dalam memberikan dan mendapatkan informasi melalui internet membuat perubahan media informasi dan komunikasi perusahaan semakin signifikan. Kehadiran teknologi dalam mempengaruhi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak saja telah mengubah cara perusahaan dalam merancang dan melaksanakan strategi bisnis, namun juga mempengaruhi program komunikasi promosi mereka.[1]

Promosi adalah salah satu jenis periklanan yang kompleks dan dibuat sebagai penunjang aktifitas promosi sebuah produk. Pada umumnya dikemas dengan pengenalan dan gambaran sebuah produk, dengan memperlihatkan juga kelebihan dari produk tersebut.[2]

Penyampaian promosi dalam suatu produk yang ditawarkan memiliki banyak jenis media penyampaian yang dapat digunakan, diantaranya dapat dilakukan dengan penyampaian secara langsung berupa komunikasi dan melalui suatu media cetak ataupun digital. Dalam hal ini penyampaian promosi berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan produk suatu perusahaan.

Rumah Makan Laras Slogohimo merupakan suatu usaha rumah makan yang didirikan oleh keluarga ibu Sarmi yang terletak di Jalan Raya Wonogiri – Ponorogo, Soco, Kecamatan Slogohimo, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah. Usaha tersebut menawarkan beberapa produk berupa makanan, minuman, dan oleh-oleh khas Wonogiri. Selain itu, Rumah Makan Laras Slogohimo juga menyediakan sebuah gedung penyewaan yang dapat digunakan sebagai acara pernikahan, kelulusan sekolah, pertemuan bisnis, dan acara lainnya.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik Rumah Makan Laras Slogohimo

ibu Sarmi, menyebutkan kendala berupa kurang maksimalnya promosi pada Rumah Makan Laras Slogohimo yang dimana promosi dilakukan dengan komunikasi langsung, membagikan gambar atau postingan pada media sosial, dan promosi melalui *google maps*.

Atas dasar masalah tersebut, maka penulis akan melakukan penelitian dengan menerapkan motion grafik pada pembuatan video iklan untuk membantu mempromosikan produk-produk Rumah Makan Laras Slogohimo dengan judul **“Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Menggunakan Motion Grafik Sebagai Media Promosi Pada Rumah Makan Laras Distrik Slogohimo”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu:

1. Bagaimana pengaruh video iklan promosi motion grafik Rumah Makan Laras Slogohimo terhadap masyarakat.
2. Bagaimana pengaruh video iklan terkait promosi bagi Rumah Makan Laras Slogohimo.
3. Bagaimana respon masyarakat terhadap hasil uji video iklan promosi motion grafik Rumah Makan Laras Slogohimo.

### **1.3 Batasan Masalah**

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

1. Hasil dari penelitian ini berupa video motion grafik.
2. Video promosi menampilkan produk-produk dari Rumah Makan Laras Slogohimo dengan teknik motion grafik.
3. Pembatasan penelitian difokuskan pada promosi produk Rumah Makan Laras Slogohimo.

4. Video iklan promosi memiliki format mp4 dengan resolusi 1440 x 1080px
5. Video iklan promosi berukuran 33mb dan berdurasi 51 detik.
6. Hasil video diupload pada media sosial Facebook Ads.
7. *Tools* yang digunakan Adobe After Effect 2019.
8. Promosi produk yang dilakukan dalam periklanan berkisar 4 hari.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan dicapai adalah menghasilkan sebuah media promosi berbentuk video iklan Rumah Makan Laras Slogohimo dengan menerapkan teknik motion grafik untuk memperkenalkan produk-produk yang ditawarkan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian antara lain:

##### **1. Bagi Penulis**

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

##### **2. Bagi Mahasiswa**

Diharapkan dapat memberi wawasan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi pada mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta.

##### **3. Bagi Rumah Makan Laras Slogohimo**

Dapat memberi konsep baru dalam melakukan promosi bagi Rumah Makan Laras Slogohimo.

##### **4. Bagi Masyarakat Luas**

Memberikan informasi tentang produk-produk yang ditawarkan oleh Rumah Makan Laras Slogohimo.

## **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 memuat beberapa saran mengenai apa saja yang harus diperhatikan berdasarkan keterbatasan yang ada agar mendapat hasil yang lebih baik.