

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi saat ini sudah semakin berkembang, kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangat diperlukan, perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang periklanan. Dalam sebuah periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menginformasikan suatu produk baik jasa maupun barang. Belakangan ini iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting bukan hanya bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan iklan dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan. [1]

Ukm abon kinasih merupakan suatu usaha yang berada di kota Temanggung, bergerak dibidang Industri Pengolahan dan Pengawetan Produk Daging khususnya pengolahan abon ayam dan sapi. Lokasi umkm ini berada jauh dari perkotaan, sehingga dalam proses promosinya Abon Kinasih mengandalkan media seperti facebook, instagram, brosur dan menggunakan cara tradisional yaitu dari mulut ke mulut. Namun dengan cara tersebut ternyata masih banyak masyarakat yang belum mengetahui informasi tentang umkm Abon Kinasih. Dalam hal ini jika melakukan promosi hanya berupa sebuah brosur, pamflet dalam bentuk gambar tentunya belum bisa mengilustrasikan tentang jasa atau produk yang ditawarkan. Oleh karena itu umkm Abon Kinasih ingin menambah sebuah media baru yang akan di gunakan untuk promosi yaitu dengan video iklan.

Dengan video iklan perusahaan dapat melakukan promosi produk dan jasa kepada calon pelanggan. Video iklan merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari multimedia dan memiliki unsur-unsur seperti animasi, audio, gambar, dan teks.

Bentuk video atau teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan diantaranya adalah *motion graphic* dan *live shoot*. Penggunaan *motion graphic* didalam video iklan, yaitu untuk menampilkan sebuah data dan informasi yang tidak bisa divisualisasikan menggunakan *live shoot*, seperti memvisualisasikan informasi kontak, alamat dan cara pemesanan produk atau data riset serta analisis berupa angka dan grafik. Sedangkan penggunaan *live shoot* di butuhkan untuk menampilkan sesuatu yang nyata dalam video iklan.[2] Maka dari itu berdasarkan uraian latar belakang di atas akan dilakukan sebuah penelitian yang berjudul "Perancangan Video Iklan Produk Berbasis Multimedia Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Kinasih Abon"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka didapatkan rumusan masalah yaitu "Bagaimana Membuat Perancangan dan Pembuatan Iklan Sebagai Media Promosi Abon Kinasih Dengan Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic?"

1.3 Batasan Masalah

Bagaimana batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Video iklan ini di buat menggunakan Teknik live shoot dan motion graphic.
2. Video iklan ini akan berisi informasi tentang informasi kontak dan alamat untuk pemesanan produk
3. Iklan yang disajikan berdurasi 30 detik.
4. Menggunakan resolusi 1920 x 1080 pixel 25fps dengan format MP4.
5. Pembuatan iklan ini melewati beberapa tahapan pembuatan, meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi.
6. Software yang digunakan adalah Adobe premiere pro dan Adobe after effect untuk pengolahan video, untuk editing suara menggunakan

Adobe audition dan Adobe illustrator untuk desain grafis.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian skripsi ini antara lain:

1. Membuat iklan produk abon kinasih dengan menggabungkan live shot dan motion graphic secara personal sesuai dengan kemampuan sendiri.
2. Membantu mempromosikan abon kinasih agar dapat menarik minat para pembeli.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

1. Menambah wawasan dan pengalaman dalam menciptakan iklan produk "Abon Kinasih"
2. Penulis dapat menerapkan teori dan praktik yang diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas AMIKOM Yogyakarta kedalam produksi iklan produk.
3. Menambah CV dan portofolio bagi penulis dalam pembuatan iklan produk

b. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

1. Menambah bahan Pustaka karya audio visual di STMM "MMTC", yang bisa dimanfaatkan sebagai bahan pembelajaran maupun apresiasi bagi pembuat
2. Sebagai bahan referensi mahasiswa/i Sekolah Tinggi Multimedia tentang Penerapan Teknik Variasi Shot pada Program Dokumenter.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, analisis kebutuhan serta penjelasan pembuatan iklan menggunakan metode live shot dan motion graphic yang terdiri dari rancangan yang akan diterapkan dalam pembuatan iklan video promosi pada UMKM Kinasih Food

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari implementasi dari pembuatan video iklan promosi dan serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan.