

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi mempengaruhi terhadap berbagai aspek kehidupan. Salah satu teknologi yang mengalami perkembangan adalah internet yang sudah menjadi kebutuhan pokok sehari-hari bagi masyarakat. Melalui internet, setiap individu mendapatkan kemudahan memperoleh informasi yang mampu menciptakan sebuah media informasi yang dikenal dengan istilah media social yang dapat menghubungkan setiap individu yang memungkinkan mereka untuk saling berbagi informasi dan berkomunikasi.

Hampir seluruh aktifitas kehidupan masyarakat sudah melibatkan media sosial dan menjadikannya sebagai gaya hidup. Media sosial ini meliputi Facebook, Instagram, Twitter dan sebagainya. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII, 2016) dari 132,7 juta jiwa, 129,2 juta jiwa atau sekitar 97,4% masyarakat Indonesia mengakses media sosial[1]. Dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peranan penting dalam berbagai aspek kehidupan.

Keberadaan media sosial yang memiliki peranan penting dapat dimanfaatkan oleh berbagai organisasi terutama organisasi bisnis untuk mempromosikan produk yang mereka tawarkan. Metode promosi yang dilakukan dengan media sosial mampu memberikan keleluasaan dan fleksibilitas calon konsumen dalam mendapatkan informasi maupun mempelajari bentuk promosi yang dilakukan.

Afika id Yogyakarta merupakan seller hijab produksi rumahan, berdiri sejak 2012 yang beralamatkan di Jl. Pasopati No. 03 Rejokusuman Tamanan Banguntapan Bantul, Yogyakarta. Afika id Yogyakarta memiliki lebih dari puluhan merchant yang menawarkan berbagai produk dari berbagai macam kategori. Dalam melakukan kegiatan pemasaran dan promosi produk kepada calon konsumen, Afika id Yogyakarta hanya melalui postingan di media sosial Instagram. Oleh karena itu pada penelitian ini akan memanfaatkan media sosial Instagram dalam bentuk video. Kegiatan pemasaran yang dilakukan Afika id Yogyakarta meliputi promosi produk, kuis berhadiah, dan konten sosial lainnya yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari.

Video berbentuk *motion graphic* merupakan salah satu alternatif yang memikat banyak konsumen karena dinilai memiliki daya tarik tersendiri dan tidak membosankan. Berdasarkan hasil survei pada awal tahun 2018, dari 124.777 masyarakat Indonesia 21,9% lebih menyukai konten video dibandingkan dengan jenis konten lainnya seperti artikel dan infografis (TalkDGTL, 2018)[2]. Oleh karena itu, dibuatlah *motion graphic* untuk menyebarkan dan mempromosikan Afika id Yogyakarta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana membuat video *motion graphic* sebagai media promosi Afika id Yogyakarta ?

## **1.3 Batasan Masalah**

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pembuatan video *motion graphic* Afika id Yogyakarta dengan menggabungkan data yang sudah ada dan perekaman langsung beberapa produk Afika id Yogyakarta
2. Hasil akhir video *motion graphic* yang ditampilkan sesuai dengan yang diinginkan pihak Afika id Yogyakarta dan pengembangan selanjutnya diserahkan langsung pada pihak Afika id Yogyakarta
3. Video *motion graphic* hanya dipublikasi melalui iklan sosial media Instagram
4. Perekaman suara menggunakan teknik *dubbing*
5. Perangkat lunak yang digunakan yaitu After Effects CC 2019, Adobe Audition CC 2017, Adobe Photoshop CS6, Adobe Premiere Pro CS 6, Adobe Media Encoder 2019.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud penelitian ini antara lain :

1. Membuat video *motion graphic* Afika id Yogyakarta untuk dipublikasi melalui iklan sosial media Instagram
2. Memberikan alternatif baru dalam penyampaian informasi kepada masyarakat.

#### **1.5 Metode Penelitian**

##### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini data-data yang didapat dari beberapa metode, antara lain :

## 1. Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari, membaca, mempelajari, memahami dari buku yang berkaitan dengan materi dalam tahap produksi video

## 2. Metode Eksperimen

Menerapkan materi yang termasuk dalam tahap produksi video dari sumber referensi untuk di uji coba

### 1.5.2 Metode Wawancara

Melakukan tanya jawab langsung kepada pemilik Afika id Yogyakarta terkait kebutuhan konten video, sehingga hasil akhir video sesuai dengan yang kebutuhan Afika id Yogyakarta.

### 1.5.3 Metode Analisis

Dalam penelitian ini analisis dilakukan dengan berpedoman pada analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunitiex, Threats*), analisis kebutuhan dan analisis kelayakan

### 1.5.4 Metode Perancangan

Melakukan langkah-langkah pra produksi yang meliputi mempelajari naskah, *storyboard*, dan menganalisa teknik produksi yang akan diterapkan

### 1.5.5 Metode Pengembangan

Melakukan langkah-langkah pada tahap produksi yang berupa perekaman suara. Setelah itu, masuk tahap pasca produksi yang berupa *editing*, memeriksa

hasil sementara *editing*, *rendering*, *testing* dan penyerahan video *motion graphic* kepada pihak Afika id Yogyakarta

#### **1.5.6 Metode Testing**

Metode *testing* yang dilakukan adalah dengan cara menguji apakah video *motion graphic* sudah sesuai dengan konten pihak Afika id Yogyakarta

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan memberikan gambaran yang jelas serta menjadi pedoman dalam menuliskan penelitian secara urut. Sistematika penelitian ini sebagai berikut :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang tinjauan pustaka, dan dasar-dasar teori yang digunakan.

##### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini dibahas tentang profil Afika id Yogyakarta, tinjauan umum objek penelitian, menjabarkan semua analisis termasuk analisis kebutuhan, analisis kelayakan, dan metode yang digunakan.

#### BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan tentang penerapan metode-metode tahap produksi di Afika id Yogyakarta.

#### BAB V PENUTUP

Pada bab ini dikemukakan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan serta saran yang penulis rangkum selama penelitian

