

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan jaman yang semakin maju manusia terpaksa mengikuti arus pertumbuhan ekonomi dan teknologi. Di dunia usahapun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai bidang guna mengikuti arus atau memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan pesat dalam dunia usaha juga memberikan gambaran tentang kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat. Kesejahteraan yang meningkat ini akan menaikkan daya jual beli pada masyarakat atau konsumen. Ibarat "ying dan yang" memiliki dua sisi yang berbeda, perkembangan yang semakin maju juga menyebabkan timbul persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha itu sendiri. Perusahaan-perusahaan besar mulai dituntut untuk berkerja lebih efisien dan efektif serta tanggap mengatisipasi pasar yang akan mereka masuki baik pada saat ini maupun yang akan mendatang.

Dalam usaha yang dilakukan masyarakat desa Krasaan, masyarakat yang membudidayakan jambu dalhari masih menjual produknya secara offline (penjualan ditempat). Dengan perkembangan jaman yang sudah maju, banyak cara yang bisa diterapkan dalam penjualan produk. Salah satunya menggunakan marketplace (sebuah wadah penjualan online) yang sudah tersedia sekarang. Saat melakukan penjualan produk dimarketplace, sebaiknya dilakukanlah strategi pemasaran produk. Dengan melaksanakan strategi promosi, yang perlu dilaksanakan oleh masyarakat dalam memasarkan produknya. Tanpa adanya kegiatan promosi, keberadaan sebuah produk kurang mendapat perhatian. Promosi ialah unsur yang sangat penting dalam keberhasilan pemasaran, meskipun dengan cara yang sederhana. Dengan kemajuan teknologi sekarang ini, promosi yang dapat dilakukan oleh masyarakat untuk menyampaikan informasi mengenai produk tersebut. Promosi dapat dijadikan sarana yang dapat digunakan untuk membantu tercapainya tujuan untuk meningkatkan penjualan dan memasarkan produk kepada masyarakat yang lebih luas lagi.

Berdasarkan pada penelitian ini dibuat, ada wabah yang tidak bisa dianggap biasa yaitu virus corona. *Corona Virus Disease* (COVID-19) yang ditemukan

pertama kali di Kota Wuhan, China dan kemudian mewabah hingga ke beberapa negara termasuk Indonesia.

Penyebaran virus ini terbilang sangat cepat dan tentunya juga akan menjadi permasalahan pada berbagai sektor. Pemerintah Indonesia dalam merespon pandemi Covid-19 ini menerapkan berbagai macam kebijakan. Salah satunya yaitu adanya *social distancing* yang dimulai awal bulan maret 2020. Berlaku kebijakan PSBB ini, dalam beberapa waktu kewajiban instansi dan Sebagian besar industry tidak dapat beroperasi. Kebijakan tersebut dapat mengakibatkan kerugian ekonomi, selain itu akan berimbas pada mata rantai pasokan seperti menghambat produksi barang dan jasa.

Salah satu dampak dari pandemi Covid-19 yaitu pada sektor pertanian. Hal ini dapat menghambat pengiriman hasil produksi karena terganggunya aktivitas produksi dan distribusi. Adanya wabah Covid-19 yang memengaruhi terhadap kemampuan usaha dan pendapatannya juga sangat dirasakan oleh petani dan peternak.[1]

UMKM yang ada di desa Krasaan adalah penjual produk jambu dalhari, terutama bapak Dirjo yang biasanya melakukan penjualan secara offline terkena imbas dari kebijakan tentang *social distancing*. Dengan adanya kebijakan tersebut banyak warga dari desa Krasaan mengalami penurunan penjualan terutama bapak Dirjo.

Dalam kondisi seperti ini, melakukan kegiatan promosi menggunakan video yang diunggah di jejaring sosial media, merupakan solusi yang cocok diterapkan dimasa pandemi ini. Guna mempromosikan jambu dalhari kepada masyarakat umum yang berada di Yogyakarta atapun diluar wilayah Yogyakarta.

Dengan latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "*Perancangan Video Sebagai Media Promosi Jambu Dalhari Dari Desa Krasaan*" dan berupaya semaksimal mungkin membuat sebuah video promosi yang diharapkan dapat memperluas promosi dan memudahkan memperkenalkan jambu dalhari ke semua masyarakat yang ada di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dihadapi di era pandemi Covid-19 yang berakibat pada penjualan jambu dalhari milik bapak Dirjo.

Permasalahan yang akan diselesaikan dengan “Perancangan Video Sebagai Media Promosi Jambu Dalhari”.

1.3 Batasan Masalah

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

1. Penelitian hanya tertuju pada bapak Dirjo.
2. Penelitian hanya fokus pada pembuatan video promosi menggunakan teknik motion graphic.
3. Video dibuat menggunakan *software Adobe After effect, Adobe premiere, Adobe Illustrator, Blender.*
4. Pembuatan Video hanya bertujuan untuk mempromosikan dan mengenalkan produk jambu dalhari, yang akan ditunjukkan ke jejaring sosial.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari dibuatnya penelitian ini adalah:

1. Membantu mengatasi masalah tentang promosi secara online dengan merancang sebuah video promosi.
2. Dapat meningkatkan jumlah rasa penasaran ataupun minat masyarakat yang lebih luas terhadap produk yang berada di desa Krasaan.
3. Dengan adanya video yang dibuat, semoga petinggi dari daerah tersebut bisa menyampaikan atau membantu meningkatkan potensi yang ada pada desa Krasaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini semoga berdampak pada warga di Desa Krasaan yang memiliki kebun jambu dalhari, yang dapat meningkatkan penjualan jambu pada warga Desa Krasaan yang memiliki kebun jambu dalhari. Dan semoga masyarakat di Desa Krasaan juga dapat memanfaatkan kemajuan teknologi yang berkembang di Indonesia pada saat ini.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan penelitian ini, antara lain:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung kepada bapak Dirjo pemilik kebun jambu dalhari, untuk memperoleh informasi mengenai kondisi penjualan, bagaimana penjualan yang dilakukan selain menjual jambu dalhari dipinggir jalan yang berada didekat desa, dan gimana keadaan atau kondisi persaingan antara penjual jambu lain yang ada didesa krasaan.

1.6.1.2 Metode Observasi

Observasi di lapangan dilakukan secara langsung mendatangi tempat milik bapak Dirjo, bertujuan untuk mengamati lingkungan sekitar dan untuk mengetahui informasi yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

1.6.1.3 Metode Pustaka

Metode Pustaka yaitu metode mencari data referensi yang sesuai dengan kebutuhan skripsi melalui internet, buku-buku, serta membaca skripsi yang memiliki keterkaitan dengan perancangan video promosi.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengevaluasi kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman pada usaha bapak Dirjo dalam pembuatan video promosi sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikan serta membahas kebutuhan *software* dan *hardware* yang digunakan dalam penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

Setelah melakukan metode observasi dan analisis, maka peneliti merancang sebuah video promosi dengan cara terstruktur. Menggunakan tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.6.4 Metode Implementasi

Pada tahap ini penerapan teknik *motion graphic* dan pembuatan objek 3D pada video promosi jambu dalhari.

1.6.5 Metode testing

Tahap ini dilakukan pengujian terhadap video promosi dengan *motion graphic* yang telah dibuat.

Pengujian menggunakan skala likert dengan cara menyebarkan kuisioner yang diberikan kepada masyarakat umum dan objek penelitian.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar dalam penyusunan laporan mudah dipahami, maka penyusunan laporan akan disusun secara sistematis dan terstruktur. Sistematis penelitian terbagi dalam 5 bab, diantara berikut:

BAB I - Pendahuluan

Bab I ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II – Landasan Teori

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh penelitian tentang perangkat lunak dan mendukung pembuatan video promosi.

BAB III – Analisis Dan Perancangan

Bab III menguraikan tentang ide cerita, *storyboard*, serta tema pada implementasi teknik *motion graphic* pada video sebagai media promosi.

BAB IV – Implementasi Dan Pembahasan

Bab IV memuat tentang langkah atau proses pada pembuatan video promosi jamba dalhari menggunakan teknik *motion graphic*.

BAB V – Penutup

Bab V berisi kesimpulan dari proses pembuatan video promosi beserta saran dan perbaikan penulisan laporan yang telah dibuat.

Daftar Pustaka

Berisi sumber atau referensi yang digunakan penulis untuk keperluan penelitian.