

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Periklanan merupakan salah satu tahap dalam pemasaran. Produk barang atau jasa, baik penamaanya, pengemasannya, penetapan harga, dan distribusinya tercermin dalam kegiatan periklanan. Tanpa periklanan, berbagai produk tidak akan mengalir secara lancar ke para distributor atau penjual, apalagi ke tangan konsumen (M. Suyanto, 2004). Dengan memadukan berbagai unsur yaitu, gambar, suara, teks dan animasi sehingga dengan media iklan dalam bentuk video ini diharapkan lebih efektif dalam menyampaikan informasi kepada konsumen [1].

Dalam dunia periklanan banyak ditemukan iklan yang bertujuan untuk mengenalkan suatu usaha atau bisnis agar dikenal oleh masyarakat luas. Sidan Kaos Polos dan Sablon adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang konfeksi yaitu, pembuatan kaos dan sablon. Dari awal berdiri sampai saat ini Sidan Kaos Polos dan Sablon hanya menggunakan media *Facebook* untuk promosi dan mengenalkan usaha mereka. Dengan *fanspage @Sidankaospoloskebumen* dirasa masih belum cukup, dikarenakan hanya memiliki 328 pengikut. Kebanyakan pelanggan atau konsumen mengetahui informasi Sidan Kaos Polos dan Sablon hanya dari mulut ke mulut itupun yang membuat informasi tersebut hanya diketahui oleh masyarakat sekitar dan kurang menjangkau untuk lingkup yang lebih luas.

Sidan Kaos Polos dan Sablon juga menggunakan layanan berbayar *facebook ads* dan yang ditampilkan dalam iklan berupa gambar dan teks saja. Dalam hal ini Ilyas Ma'arif selaku pemilik usaha menginginkan promosi dalam bentuk video. Dengan media iklan yang didalamnya dapat menampilkan varian kaos yang dijual, pelayanan jenis sablon, alamat toko dan nomor telepon, supaya konsumen dapat melihat dan mengetahui apa saja yang ada di toko Sidan. Untuk penyajian informasi, video dapat menampilkan apa yang tidak dapat dilakukan oleh gambar dan teks. Sehingga dengan video iklan yang nantinya dapat diupload di dalam media sosial, seperti youtube, whatsapp, instagram dan lainya sebagai ajang promosi yang menyajikan info secara lengkap.

Dalam pembuatan vidio iklan ini penulis menggunaka teknik *stop motion* dan *motion graphic* sebagai media informasi untuk masyarakat luas. Teknik *Stop motion* atau *Stop frame* adalah teknik animasi untuk membuat objek yang dimanipulasi secara fisik agar terlihat bergerak dengan sendirinya. Objek tersebut digerakan sedikit demi sedikit di setiap frame yang akan difoto ataupun dengan video, menciptakan kesan seolah-olah obyek tersebut bergerak dan hidup. Teknik *Motion Graphic Animation* adalah tipe animasi yang menampilkan tulisan dan grafik misalnya penggunaan *running text* dalam iklan atau logo di profil perusahaan [2]. Kelebihan video dibandingkan dengan materi posting lainnya adalah dapat menampilkan teks, gambar, suara, video dan animasi secara bersamaan (Mohammad Japrie, 2010).

Dari pokok permasalahan yang ada, penulis menyusun tugas akhir menggunakan teknik *stop motion* dan *motion graphic* untuk pembuatan video

iklan sebagai media informasi Sidan Kaos Polos dan Sablon. Dengan mengangkat judul “Pembuatan Iklan pada Sidan Kaos Polos dan Sablon dengan Teknik Stop Motion dan Motion Graphic sebagai Media Promosi” diharapkan dapat menjadi ajang promosi dan publikasi usaha Sidan Kaos Polos dan Sablon agar lebih dikenal masyarakat.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam tugas akhir ini adalah “Bagaimana membuat video iklan pada Toko Sidan Kaos Polos dan Sablon dengan Teknik Stop Motion dan Motion Graphic untuk media promosi?”

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam pembuatan iklan animasi sebagai media promosi pada Toko Sidan Kaos Polos dan Sablon, batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Toko Sidan Kaos Polos dan Sablon.
2. Pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *stop motion* dan *motion graphic*.
3. Software yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Adobe photoshop, Adobe audition, Adobe aftereffect.
4. Durasi video iklan ini adalah 30 detik.
5. Format video MP4 dengan resolusi 1280x720 dengan standar PAL.
6. Hasil akhir berupa video diserahkan kepada Toko Sidan Kaos Polos dan Sablon.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis membuat tugas akhir video iklan ini adalah:

1. Memberikan informasi tentang Toko Sidan Kaos Polos dan Sablon dengan metode yang menarik.
2. Mempromosikan Toko Sidan Kaos Polos dan Sablon kepada masyarakat luas.
3. Menganalisis dan mengimplementasikan teknik *Stop Motion* dan *Motion Graphic* pada video iklan promosi Sidan Kaos Polos dan Sablon.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini yaitu:

##### 1.5.1 Bagi Peneliti

1. Menjadi inspirasi peneliti untuk pengembangan selanjutnya menggunakan teknik serupa agar lebih baik dari peneliti sebelumnya.
2. Memahami penerapan teknik *Stop Motion* dan *Motion Graphic* untuk hasil yang lebih optimal.
3. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat video promosi.

##### 1.5.2 Bagi Sidan Kaos Polos dan Sablon

1. Sebagai media promosi yang menarik
2. Mengenalkan usaha Toko Sidan Kaos Polos dan Sablon kepada masyarakat luas.

3. Meningkatkan jumlah konsumen Toko Sidan Kaos Polos dan Sablon.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan suatu jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya (Rosdy Ruslan, 2003:24). Dalam pengumpulan data dan informasi untuk masalah yang ada, penulis menggunakan beberapa metode antara lain:

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam proses pembuatan video iklan ini adalah:

#### **1.6.1.1 Observasi**

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang di teliti. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung di Sidan Kaos Polos dan Sablon.

#### **1.6.1.2 Wawancara**

Metode ini dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung yang mendukung permasalahan kepada pihak yang terkait. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan Ilyas Ma'arif selaku pemilik usaha Sidan Kaos Polos dan Sablon pada November 2017 di desa Kedawung, Kebumen.

### 1.6.1.3 Studi Kepustakaan

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengkajian sumber referensi tertulis berupa buku-buku yang relevan dan beberapa contoh iklan di internet.

Mengumpulkan bahan atau materi penelitian berupa:

- a. Buku referensi mengenai dasar-dasar pembuatan iklan, *Stop Motion* dan *Motion Graphic*.
- b. Data-data sebagai bahan kajian maupun referensi berupa informasi tertulis maupun beberapa contoh iklan yang ada di internet.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan penulis akan memuat uraian secara garis besar dari isi tugas akhir dalam tiap bab, yaitu sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian dari sistem periklanan, teori-teori dasar pembuatan video, teori multimedia dan software yang akan digunakan untuk pembuatan video promosi ini.

### **BAB III TINJAUAN UMUM**

Bab ini berisi tentang sejarah singkat, visi dan misi, serta data data lain yang diperoleh dari Sidan Kaos Polos dan Sablon.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan, yaitu analisis masalah, analisis kebutuhan sistem analisis kelayakan video, dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi serta penerapan video promosi yang telah dibuat.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang ada pada pembuatan tugas akhir ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Pada bagian ini berisi sumber-sumber pustaka yang diambil untuk membantu penyusunan tugas akhir ini.