

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Rumah Kayu Budi Jaya adalah usaha yang bergerak dalam bidang produksi atau produsen yang memakai bahan baku kayu yang didirikan oleh Bapak Budi Purnomo pada tanggal 1 Agustus 2006. Perusahaan ini beralamat di Jalan Godean km.6,5 Sidoarum, Godean, Sleman, Yogyakarta. Rumah kayu atau Gazebo adalah salah satu ikon yang di produksi oleh usaha ini. Berdasarkan dari pihak Usaha Rumah Kayu Budi Jaya, bahwa usaha rumah kayu sudah banyak berkembang dan pesaingnya semakin bertambah. Dulu sebelum tahun 2012 saat pesaingnya belum banyak, pembeli yang datang setara dengan pemasukan yang diterima, sampai ada juga pembeli dari luar negeri untuk dibuatkan Gazebo di sana. Namun, seiring berjalannya waktu kebanyakan orang hanya mementingkan harga bukan kualitas. Semakin sedikit pembeli yang datang maupun sekadar bertanya, karena sudah banyaknya pesaing saat ini. Sudah banyak juga model promosi yang dilakukan oleh produsen lain. Pihak Usaha Rumah Kayu Budi Jaya hanya mengandalkan promosi lewat relasi dari mulut ke mulut, lewat kartu nama, dan promosi di grup *whatsapp* yang tentu saja akan semakin sulit untuk bersaing dengan para kompetitor lain.

Pada perkembangan teknologi saat ini banyak teknologi yang sudah mulai berkembang pesat. Mulai dari perangkat hingga aplikasi yang digunakan. Hal inilah yang mendukung perkembangan dari usaha promosi sebuah bisnis. Upaya promosi yang dilakukan oleh pihak Usaha Rumah Kayu Budi Jaya masih kurang efektif dalam mengenalkan produknya, karena hanya berupa teks & gambar saja, sehingga

terlihat monoton. Kebanyakan orang/masyarakat lebih menyukai visualisasi dengan penuh warna, suara, grafik dan animasi karena lebih mudah untuk dimengerti dan lebih menarik. Salah satu media promosi yang dianggap mewakili semua unsur multimedia tersebut dan mudah dicerna oleh masyarakat luas adalah video. Dengan menggunakan video dan memanfaatkan media sosial sebagai media promosinya dapat memudahkan melakukan *story telling* ke pelanggan & masyarakat luas khususnya di Yogyakarta. Itu sebabnya, video menjadi salah satu alternatif pebisnis untuk melakukan promosi.

Dari permasalahan diatas, peneliti melihat sebuah peluang untuk menciptakan suatu media promosi pada Usaha Rumah Kayu Budi Jaya melalui sebuah video dengan menerapkan teknik *hyperlapse* dan *motion graphic* yang nantinya video promosi tersebut akan dipublikasikan di tayangan videotron dan instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana mengembangkan teknik promosi dengan mengembangkan video iklan untuk Usaha Rumah Kayu Budi Jaya”.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini membatasi ruang lingkup pembatasan, sebagai berikut:

1. Video iklan ini dibuat 30 detik.
2. Video iklan ini merupakan animasi 2D dengan penambahan teknik *hyperlapse* dan *motion graphic*.

3. Konten yang ada pada iklan ini adalah produksi hasil rumah kayu Budi Jaya.
4. Dikemas dengan format file video .Mp4 dengan kualitas HD 1280 x 720p.
5. Aplikasi yang digunakan: *adobe after effect*, *adobe audition*, dan *adobe premiere*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Membuat iklan video usaha rumah kayu Budi Jaya sebagai media promosi.
2. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir peneliti untuk program Diploma 3 (D3) di Universitas Amikom Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Membantu usaha rumah kayu Budi Jaya untuk bersaing dengan pengusaha rumah kayu lain dalam segi pemasaran.
2. Agar usaha rumah kayu Budi Jaya diketahui oleh seluruh masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.
3. Mengimplementasikan teknik *hyperlapse* dan *motion graphic* pada media promosi Usaha Rumah Kayu Budi Jaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini, antara lain:

1. Bagi peneliti

- a. Sebagai bentuk pengembangan dari materi yang di dapatkan di perkuliahan.
 - b. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat video promosi.
 - c. Memahami penerapan teknik *hyperlapse* dan *motion graphic* untuk hasil yang lebih optimal.
2. Bagi pemilik Usaha Rumah Kayu Budi Jaya
 - a. Sebagai alternatif baru dalam penyampaian informasi kepada masyarakat melalui iklan video iklan promosi Usaha Rumah Kayu Budi Jaya.
 - b. Meningkatkan daya saing dengan pengusaha rumah kayu yang lain yang ada di Kota Yogyakarta.
 3. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta
 - a. Dapat memberi manfaat dan menambah perbendaharaan bacaan bahan bagi mahasiswa/mahasiswi Universitas Amikom Yogyakarta untuk penelitian selanjutnya.
 - b. Dapat menjadi tambahan informasi bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti variable yang lain kaitannya dengan pembuatan iklan video promosi menggunakan teknik *hyperlapse* dan *motion graphic*.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain:

1.6.1.1 Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke rumah pengusaha rumah kayu Budi Jaya oleh peneliti untuk mendapatkan data secara spesifik.

1.6.1.2 Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan – pertanyaan yang di tujukan secara langsung kepada pemilik usaha rumah kayu Budi Jaya.

1.6.1.3 Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan memalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam studi pustaka.

1.6.2 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* dalam tahapan pengembangan ini, yaitu [1] :

1. *Concept* (Konsep). Merumuskan dasar-dasar dari proyek multimedia yang akan dibuat dan dikembangkan. Terutama pada tujuan dan jenis proyek yang akan dibuat.
2. *Design* (Desain / Rancangan). Tahap dimana pembuat atau pengembang proyek multimedia menjabarkan secara rinci apa yang akan dibuat. Pembuatan naskah ataupun navigasi serta proses desain lain harus secara lengkap dilakukan. Pada tahap ini akan harus mengetahui bagaimana hasil akhir dari proyek yang akan dikerjakan.

3. *Obtaining Content Material* (Pengumpulan Materi). Merupakan proses untuk pengumpulan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam proyek. Mengenai materi yang akan disampaikan, kemudian file-file multimedia seperti audio, video, dan gambar yang akan dimasukkan dalam penyajian proyek multimedia tersebut.
4. *Assembly* (Penyusunan dan Pembuatan). Waktunya proyek multimedia diproduksi. Materi-materi serta file-file multimedia yang sudah disusun sesuai desain. Pada proses ini sangat dibutuhkan kemampuan dari ahli agar mendapatkan hasil yang baik.
5. *Testing* (Uji Coba). Setelah hasil dari proyek multimedia jadi, perlu dilakukan uji coba. Uji coba dilakukan dengan menerapkan hasil dari proyek multimedia tersebut pada pembelajaran secara minor. Hal ini dimaksudkan agar apa yang telah dibuat sebelumnya memang tepat sebelum dapat diterapkan dalam pembelajaran secara massal.
6. *Distribution* (Menyebarkan Luaskan). Tahap pengadaan dan penyebaran hasil kepada pengguna. Multimedia perlu dikemas dengan baik sesuai dengan media penyebarluasan nya, apakah melalui CD/DVD, download, ataupun media yang lain.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada BAB III ini adalah gambaran dari usaha rumah kayu Budi Jaya. Serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan iklan tersebut.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dalam penulisan skripsi berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil dari pihak pengusaha rumah kayu Budi Jaya terhadap iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan yang dibuat.