

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

BMS Pancing adalah sebuah nama dari bisnis yang telah di buka oleh Aris Ardiyanto di Jl.Pandansimo km3, Sambeng, Poncosari, Srandakan, Bantul, Yogyakarta. BMS Pancing menyediakan berbagai perlengkapan untuk memancing yang di buka pada tanggal 26 Januari 2018. Melihat peluang belum adanya toko alat-alat pancing yang ada di daerah tersebut dan juga itu adalah jalur yang di lalui pemancing untuk memancing di daerah sungai progo bagian selatan dan parit di dekat pantai baru yang selalu ramai oleh pemancing, Aris Ardiyanto membuka sebuah toko yang menyediakan alat-alat untuk memancing seperti joran, senar, reel dan peralatan untuk memancing lainnya. Untuk kedepanya BMS Pancing rencananya akan membuka toko online untuk meningkatkan penjualan mereka.

Selama ini BMS Pancing mengandalkan omongan dari mulut ke mulut pelangganya untuk mengenalkan tokonya dan juga pemilik BMS Pancing mempromosikan tokonya dengan teman-temannya sesama pemancing.. Karena BMS Pancing belum mempunyai sebuah media maka BMS Pancing ingin membuat sebuah video iklan. BMS Pancing ingin membuat video iklan yang akan ditampilkan di media sosial karena keunggulan dari berpromosi melalui media sosial ini adalah cakupanya yang luas karena media ini menggunakan fasilitas online dan bisa terhubung dengan audiens di manapun. Saat ini, hampir

tiap orang mempunyai media sosial. Hal ini menjadikan media sosial adalah salah satu media yang cukup efektif dalam berpromosi [1]. Dengan metode video diharapkan menggunakan 5 unsur sekaligus yaitu gambar, tulisan, suara, video dan animasi sehingga metode video ini akan lebih efektif untuk menyampaikan informasi kepada konsumen.

Tetapi BMS Pancing belum mampu untuk membuat video iklan sendiri, Oleh karena itu penulis akan meneliti tentang "Pembuatan Iklan dengan Teknik *Motion Graphic* pada BMS Pancing sebagai Media Promosi"

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka rumusan masalah adalah "Bagaimana membuat video iklan BMS Pancing dengan menggunakan teknik *Motion graphic*?"

1.3. Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup yang lebih sempit yaitu :

- a. Penelitian dilakukan di BMS Pancing Yogyakarta .
- b. Pembuatan video iklan ini menggunakan *Motion Graphic*.
- c. Resolusi yang digunakan dalam video ini 1920x1080
- d. Durasi video iklan ini adalah 30 detik.
- e. Software yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah Adobe illustrator, Adobe photoshop, Adobe after effect, Adobe audition dan Adobe premiere pro.

- f. Iklan akan di tayangkan di media sosial Facebook.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis membuat skripsi video iklan ini adalah :

- a. Mempromosikan BMS Pancing kepada masyarakat luas.
- b. Untuk memberikan informasi tentang BMS Pancing dengan metode yang menarik kepada masyarakat.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penyusunan skripsi ini yaitu :

1.5.1. Bagi BMS Pancing

- a. Mengenalkan usaha BMS Pancing kepada masyarakat umum.
- b. Sebagai salah satu cara mempromosikan usaha yang dimiliki BMS Pancing.
- c. Meningkatkan jumlah pelanggan BMS Pancing.

1.5.2. Bagi Masyarakat

- a. Mengetahui usaha yang di jalankan oleh BMS Pancing .
- b. Mendapat informasi tentang BMS Pancing.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang di pakai dalam proses pembuatan video iklan adalah :

- a. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di BMS Pancing yogyakarta.

b. Metode Wawancara

Mengumpulkan informasi dan data dengan cara melakukan tanya jawab kepada pihak BMS Pancing secara langsung.

c. Metode Kepustakaan

Melakukan pengumpulan data dengan cara mengumpulkan buku-buku pustaka yang digunakan sebagai referensi dalam proses pembuatan video iklan ini.

1.7. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan penelitian ini penulis menggunakan sistematika penyusunan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran dari penelitian yang akan di buat yang berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II : DASAR TEORI

Pada bab ini berisi tentang pengertian multimedia, konsep, dasar iklan, jenis media promosi dan software-software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini.

BAB III : TINJAUAN UMUM

Bab ini berisi tentang sejarah singkat, visi dan misi, serta data data lain yang di peroleh dari BMS Pancing.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang perancangan konsep dan penjelasan dari tahapan pra produksi , produksi dan pasca produksi.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan laporan penelitian yang di buat serta saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi sumber-sumber pustaka yang diambil untuk membantu penyusunan laporan penelitian ini.

LAMPIRAN