

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pekembangan teknologi informasi dan globalisasi yang begitu pesat, berdampak terhadap semakin tingginya persaingan memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini. Teknologi yang semakin canggih dapat dirasakan langsung dampak kegunaannya. Sebagian besar kegiatan manusia dikendalikan oleh peran teknologi. Kemampuan teknologi informasi dan multimedia dalam menyampaikan pesan dinilai sangat besar, salah satu contoh teknologi informasi adalah periklanan media sosial.

Periklanan media sosial merupakan media yang dapat memberikan sarana informasi kepada publik dan juga berperan sebagai sarana promosi atas suatu produk tertentu. Periklanan di media sosial jauh lebih dinamis bila dibandingkan dengan periklanan pada media lainnya, seperti penyiaran di radio ataupun iklan-iklan pada media cetak. Iklan di media sosial memiliki karakter yang lebih baik. Selain itu, iklan di media sosial juga memiliki jangkauan yang lebih luas dan membuat karakter lebih hidup, karena pemakaian teknologi khususnya gadget sudah menjadi kebutuhan semua kalangan, selain itu Indonesia juga menjadi negara dengan pengguna instagram terbesar se-Asia Pasifik.[1] Sehingga jika Nyanya Mom and Baby membuat video iklan melalui instgram dan facebook akan

memiliki jangkauan yang lebih luas. Iklan di media sosial sendiri memiliki kombinasi dari gambar bergerak, suara, dan kesegaran.

NYANYA MOM BABY yang berlokasi di Daerah Istimewa Yogyakarta yang tepatnya di Jl. Kabupaten Km. 0.7 no.95 Triharjo, Gamping, Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Yang menyediakan grosir berbagai macam baju balita, telah lama melakukan informasi tentang produk mereka namun terbatas hanya berupa gambar produk dan desain poster sederhana. NYANYA MOM BABY membutuhkan video iklan yang akan di tayangkan di social media yaitu facebook dan instagram agar dapat menjadi alat yang dapat memberikan dampak yang cukup signifikan dalam mempengaruhi opini pasar.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melihat adanya peluang melakukan penelitian dalam penyusunan Skripsi yang berjudul "PERANCANGAN VIDEO IKLAN NYANYA MOM BABY SEBAGAI MEDIA PROMOSI"

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dirumuskan masalah yaitu: *Bagaimana Perancangan Video Iklan NYANYA MOM BABY Sebagai Media Promosi?*

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini, dibatasi ruang lingkup yang lebih sempit yaitu :

1. User dari video iklan ini adalah masyarakat yang akan menjadi konsumen.
2. Video promosi ini hanya membahas tentang promosi produk di NYANYA MOM BABY.
3. Software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini yaitu, Adobe After Effect, Adobe Premiere, Adobe Photoshop.
4. Penerapan yang digunakan *Motion Graphic*.
5. Materi iklan dalam format h264 PAL (Phase Alternate Line).
6. Penelitian ini dilakukan sampai penayangan iklan di instagram dan facebook oleh pihak peneliti dan objek penelitian.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa, mendesain, dan memproduksi Video Iklan NYANYA MOM BABY sehingga akan mempunyai daya tarik baru kepada calon pembeli.

1. Membuat video iklan media sosial NYANYA MOM BABY, yang berguna memberikan informasi pada konsumen dan sekaligus menjadi media baru dalam berpromosi.
2. Dapat menerapkan unsur-unsur pembuatan iklan media sosial.
3. Menerapkan teknik-teknik pembuatan video dan editing yang telah dikuasai.

#### **1.5 Metode Penelitian**

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

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video - video iklan yang dibuat oleh para pelaku kreatif baik dalam negeri ataupun luar negeri.

## 2. Metode Wawancara

Merupakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan data dari obyek secara langsung terhadap seluruh kegiatan obyek yang akan diteliti.

## 3. Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan dalam melakukan perancangan.

### 1.5.2 Metode Analisis

Analisis SWOT yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah yang ada pada Nyanya Mom and Baby dan mengelompokkan berdasarkan klarifikasi *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threath* (ancaman), kemudian menentukan pemecahan atau solusi permasalahannya.

### 1.5.3 Metode Perancangan

Pra Produksi (Ide cerita, Tema, Rancangan Naskah iklan, Rancangan Storyboard).

#### 1.5.4 Metode Pengembangan

Produksi (Pengambilan gambar video dan foto, desain grafis, perekaman narasi, animasi), Pasca Produksi (Editing, Rendering).

#### 1.5.5 Metode Testing

Metode yang digunakan adalah View Testing, hasil video iklan akan di amati secara berulang-ulang. Berdasarkan keinginan dari objek penelitian. video iklan yang dibuat sudah sesuai dengan konsep yang telah dibuat sebelumnya. Apabila video iklan ini ada kesalahan dan hal-hal yang tidak sesuai dengan proses pra produksi, akan memperbaiki kesalahan dengan mengedit lalu merender ulang. Jika tidak ada kesalahan maka iklan akan ditayangkan dan diamati berapa view yang di dapatkan, apabila mendapatkan banyak view berarti video iklan yang dibuat sudah menarik konsumen.

#### 1.5.6 Sistematika penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan secara sederhana yang terdiri dari :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini merupakan landasan teori meliputi, tinjauan pustaka, konsep dasar multimedia, teknik pengambilan gambar video yang digunakan dalam penyusunan skripsi. Pada bab ini juga berisi tentang *tools/software* yang digunakan dalam pembuatan video iklan NYANYA MOM BABY.

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

Bab ini menguraikan tentang profil NYANYA MOM BABY, analisis video iklan yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENERAPAN**

Bab ini menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan serta tentang hasil dan pengujian video iklan NYANYA MOM BABY, dan pembahasannya.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran.