

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dendra Adventure adalah penyedia jasa rental dan outlet outdoor equipment. Menyediakan peralatan outdoor terlengkap dengan harga dan service yang memuaskan. Dendra Adventure ini sendiri beralamatkan di jl.kaliurang KM.13 Candi Sari, Sleman, Yogyakarta. Sejak didirikannya Dendra Adventure ini banyak dari kalangan baik mahasiswa maupun masyarakat pecinta alam yang menggunakan jasanya untuk melengkapi kebutuhan dalam mendaki, berkemping atau sekedar menikmati akhir tahun dengan menginap di pantai dan mendaki di pegunungan semua lengkap di Dendra Adventure. Tidak hanya itu Dendra Adventure juga menyediakan peralatan olah raga yang begitu lengkap dengan intruksi penggunaannya. Dan Dendra Advantur mempunyai layanan yang cukup lengkap untuk melakukan traveling atau perjalanan berlibur dengan nyaman dan aman seperti jeep peralatan cam maupun jasa transportasi pendakian dan City tour.

Menurut data BPS dari hasil pendataan survei susenas 2018, 39,90% populasi Indonesia telah mengakses internet di tahun 2018. Tingginya pengguna internet ini mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan perubahan menuju masyarakat informasi. Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak lepas dari pesatnya perkembangan telepon selular. Pada tahun 2018 tercatat 88,46% rumah tangga di Indonesia telah memiliki minimal satu nomor telepon selular.[1]

D.I Yogyakarta tercatat sebagai pengguna internet terbanyak ke dua berdasarkan provinsi, terlihat bahwa kepemilikan akses internet di rumah tangga tertinggi pada tahun 2018 di DKI Jakarta, yaitu sebesar 89,04 persen dan D.I Yogyakarta, yaitu 79,10 persen. Dan berdasarkan tujuan penggunaan internet, terlihat bahwa tujuan penggunaan internet didominasi untuk penggunaan sosial media dan mendapat informasi/berita dengan persentase masing-masing sekitar 79,13 persen dan 65,97 persen. Sedangkan tujuan penggunaan internet lainnya digunakan untuk hiburan (45,07), mengerjakan tugas sekolah (25,87), mengirim/menerima

Email (21,10), pembelian/penjualan barang/jasa (10,82), fasilitas finansial (5,08) dan lainnya (12,84).[1]

Menurut nurudin dalam bukunya yang berjudul "Media Sosial Agama Baru Masyarakat Milenial" Media sosial adalah media bebas. Pemilik akun media sosial bisa membuat apa saja karena tidak ada sensor. Misalnya, mereka bisa menulis beragam kalimat, mengirim foto serta mengomentari apa saja yang ia suka. Intinya, apa saja bisa dilakukan bebas di media sosial. [2]

Media sosial adalah aktivitas dalam komunikasi pemasaran dengan menggunakan media elektronik (online) yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen atau perusahaan melalui bentuk seperti gambar dan tulisan untuk meningkatkan awareness calon konsumen, citra perusahaan, dan untuk meningkatkan penjualan.[3]

Iklan (advertising) adalah penyajian informasi nonpersonal tentang suatu produk, merek, perusahaan, atau toko yang dilakukan dengan bayaran tertentu. Pada iklan biasanya ditampilkan organisasi yang mensponsorinya. Elemen video iklan adalah sesuatu yang terlihat di layar. Elemen visual adalah elemen yang mendominasi iklan sehingga elemen ini harus mampu menarik perhatian sekaligus dapat menyampaikan ide, pesan, dan/atau citra yang hendak ditampilkan.[4]

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang jika dibandingkan dengan media sosial seperti Facebook ataupun Twitter, Instagram memiliki keunggulan pada bidang visual. Instagram juga memudahkan penggunanya dalam pengambilan foto secara langsung kemudian dapat membagikannya pada berbagai media sosial seperti Facebook, Twitter, Flickr, Tumblr, dll.[5]

Dendra Adventure saat ini menggunakan media promosi hanya sebatas media koran, brosur serta menggunakan media sosial yaitu Instagram. Namun demikian Dendra Adventure belum menggunakan iklan di Instagram dalam metode promosinya. Meskipun metode yang

digunakan selama ini sudah cukup efektif, melihat peluang data internet di atas dan peluang iklan sosial media Dendra Adventure ingin meningkatkan promosi dengan menggunakan iklan video sebagai media promosi dari Dendra Adventure. Akan tetapi dengan keterbatasan kemampuan sumberdaya manusia yang dimiliki, iklan yang dimaksud belum dapat terrealisasi.

Dari masalah yang ada pada Dendra Adventure di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sosial Media pada Dendra Adventure”. Video iklan yang akan dibuat ini menyesuaikan dengan kebutuhan dari Dendra Adventure dan ketentuan-ketentuan iklan pada Instagram.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya maka pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah

- a. Bagaimana Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sosial Media Pada Dendra Adventure digunakan sebagai media promosi ?.
- b. Bagaimana efektivitas dari penggunaan social media itu sendiri sebagai media promosi dari Dendra Adventure ?

### **1.3 Batasan Masalah**

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

- a. Iklan ini akan ditayangkan dimedia sosial instagram
- b. Hasil video tidak lebih dari 60 detik.
- c. Sumber data dalam video ini diambil dari Dendra Adventure
- d. Perancangan dan pembuatan video iklan ini menggunakan teknik motiongraphic dan liveshoot

- e. Penelitian ini digunakan sebagai bagian dari promosi Dendra Adventure kepada masyarakat.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.**

Ada pun maksud dan tujuan penelitian ini ialah :

- a. Menambah informasi tentang Dendra Adventure kepada masyarakat.
- b. Pembuatan media informasi sebagai bagian dari promosi yang dilakukan oleh Dendra Adventure.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat adanya penelitian ini ialah:

- a. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk produk yang ada di Dendra Adventure
- b. Memberikan informasi agar Dendra adventure semakin banyak diketahui oleh masyarakat.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Berikut ada beberapa metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan video iklan diantaranya yaitu :

##### **1.6.1. Metode Pengumpulan Data**

###### **1.6.1.1. Metode Observasi**

Metode observasi ini adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang dituju, yaitu Dendra Adventure. Agar mendapatkan gambaran dan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

###### **1.6.1.2. Metode Wawancara**

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden. Wawancara merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap survey, oleh karena itu penulis melakukan wawancara dengan founder Dendra Adventure.

### **1.6.1.3. Metode Kepustakaan**

Metode ini adalah metode yang dilakukan dengan cara mencari dan melihat referensi teori dari buku, jurnal atau internet yang bersangkutan dengan penelitian ini.

### **1.7. Metode Analisis**

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan analisis yang didalamnya akan menganalisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

### **1.8. Metode Perancangan**

#### **1.8.1. Merancang Konsep Iklan**

Merancang konsep iklan adalah langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, dibutuhkan kreativitas dan imajinasi agar menghasilkan iklan yang menarik.

#### **1.8.2. Merancang Isi Iklan**

Merancang isi iklan merupakan penerapan atau implementasi dari perancangan konsep iklan. Iklan harus menarik dan memiliki informasi seputar hal yang di iklankan.

#### **1.8.3. Merancang Naskah Iklan**

Dalam merancang naskah iklan, menentukan dialog dan urutan-urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih

efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata-kata yang akan disampaikan agar dapat membidik sasaran yang ditentukan.

#### **1.8.4. Merancang Storyboard**

Storyboard merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan iklan. Storyboard adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

#### **1.8.5. Memproduksi Iklan**

Tahap ini adalah penerapan dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses penting yang harus diperhatikan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

### **1.9. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan pengertian multimedia, konsep dasar iklan, jenis media promosi dan teknik visual efek apa saja yang dipakai dalam Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sosial Media pada Dendra Adventure.

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

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan yaitu analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan iklan video iklan.

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

Pada bab ini menjelaskan tentang proses dan perancangan video iklan.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya yang bersifat membangun dari pembahasan yang ada pada penyusunan skripsi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.

#### **LAMPIRAN**

