

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang ada saat ini, iklan menjadi salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik perhatian khalayak ramai. Iklan mempunyai peran yang sangat penting sebagai pengomunikasi antara produsen dan pasaran maupun antara penjual dan calon pembeli. Iklan adalah suatu bentuk informasi yang dilakukan oleh seseorang, instansi atau lembaga, atau perusahaan, yang isinya berupa pesan yang menarik tentang sebuah produk atau jasa yang ditujukan kepada khalayak, maksud dan tujuan dibuatnya iklan adalah untuk membujuk atau mendorong masyarakat sehingga menjadi tertarik menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. [1]

Kurangnya pemahaman sosial media promosi karena kurang pelatihan-pelatihan yang dimiliki oleh galerimac membuat galerimac hanya asal dan sembarang melakukan promosi di sosial media. Sehingga banyak hasil yang kurang optimal dalam menjalankan media sosial marketing, terlebih lagi karena bisnis yang dijalankan masih kecil, membuat galerimac tidak mampu membayar orang untuk mengelola media sosial yang digunakan untuk alat promosi.

Para pelaku usaha tentunya berlomba lomba untuk memasarkan produk atau jasanya sebagus dan seefektif mungkin agar tujuan yang ada dapat tercapai dengan baik, salah satunya adalah galerimac yang merupakan salah satu pelaku usaha jual beli produk *apple* dari kota Yogyakarta yang bergerak dibisnis online yang dimana ingin mempunyai media promosi yang bagus agar dapat memberitahukan atau menawarkan produk.

Saat ini pihak galerimac ingin mengembangkan media promosi yang ada menggunakan sebuah video yang nantinya akan ditampilkan melalui media digital

berupa instagram milik *galerimac* dengan durasi selama 1 menit. Nantinya video promosi yang ada akan digunakan untuk memperkenalkan *galerimac* dan produk yang ada serta informasi promo yang diberikan, hal ini diharapkan dapat membantu mendatangkan lebih banyak pengunjung pada *galerimac*.

Oleh karena itu Galerimac ingin mengembangkan video promosi menggunakan teknik *motion graphic* untuk berkomunikasi dengan para konsumen serta menambah kedalaman dari sebuah cerita. *motion graphic* adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis, hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan music. [2] Dari latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul "**Pembuatan Video Iklan Pada Galerimac Menggunakan Teknik Motion Graphic Sebagai Media Promosi**"

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat video iklan pada tempat jual beli produk apple bernama *galerimac* menggunakan teknik *motion graphic* sebagai media promosi ?

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu :

1. Penelitian hanya dilakukan di *galerimac* yang merupakan objek dimana penelitian ini dilakukan.
2. Video yang dibuat untuk *galerimac* difungsikan sebagai media promosi.

3. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video media promosi ini berupa *motion graphic*.
4. Penayangan hasil video melalui postingan akun instagram milik *galerimac* dengan durasi sekitar 1 menit, format video *MP4* dengan resolusi *FHD* = 1280 x 720.
5. *Software* yang digunakan pada penelitian ini berupa *Adobe Illustrator 2019, Adobe After Effect 2019, Adobe Audition 2018* dan *Adobe Premiere Pro CC 2018*.
6. Penelitian ini membahas hanya sampai dengan penayangan.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijelaskan, berikut merupakan tujuan penelitian yang ada :

1. Penelitian ini memberikan penjelasan mengenai perancangan dan pembuatan video sebagai media promosi menggunakan teknik *motion graphic* dengan *galerimac* sebagai objek penelitiannya.
2. Sebagai salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan pendidikan program strata satu sistem informasi pada Universitas Amikom Yogyakarta.

#### **1.5 Metode Penelitian**

Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti memerlukan adanya metode penelitian yang tepat. Untuk itu penulis menerapkan berbagai metode penelitian, antara lain :

### 1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data serta informasi yang akan digunakan dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain [3] :

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke *galerimac* untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

2. Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan penulis kepada pihak *galerimac* secara langsung. Cara ini merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi secara akurat.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Metode studi pustaka ini menggunakan acuan berupa buku yang relevan dengan proses penelitian sebagai tambahan referensi peneliti.

### 1.5.2 Metode Perancangan/Produksi

Disini penulis akan menjelaskan sebuah perancangan bagaimana sebuah video media promosi dibentuk dengan tahapan pra produksi, kemudian tahap produksi dan dilanjutkan pada tahap pasca produksi [4].



### 1.5.3 Metode Testing

Metode ini digunakan untuk menguji kelayakan sebuah produk apakah sudah sesuai dengan harapan atau belum dengan melakukan penayangan hasil akhir video media promosi pada tempat jual beli produk apple di *galerimac*.

### 1.6 Sistematika Penulisan

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

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

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

Pada bab ini menjelaskan pengertian iklan komersial, media promosi, tahap pembuatan video serta konsep *motion graphic*.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian, metode pengumpulan data, analisa SWOT berupa *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman), analisis kebutuhan informasi berupa kebutuhan perangkat lunak dan kebutuhan perangkat keras, alur penelitian.

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini menguraikan bagaimana pembuatan video untuk media promosi menggunakan teknik *motion graphic* agar video yang dihasilkan lebih baik. Pada bab ini akan dilakukan implementasi

pembuatan video sesuai konsep yang diharapkan, ulasan yang dibahas diantaranya *storyboard* dan editing.

## **BAB V PENUTUP**

Berisikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian, guna adanya perbaikan untuk pengembangan video sebagai media promosi yang lebih lanjut, adapun yang akan dibahas diantaranya kesimpulan dan saran.

### **1.7 Daftar Pustaka**

Berisi tentang sumber referensi yang digunakan penulis dalam proses penulisan skripsi yang ada.

