

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini keberadaan teknologi banyak di lirik oleh dunia usaha untuk memasarkan produknya. Keberadaan media sosial saat ini dapat menjadi media promosi berbasis iklan dalam menyampaikan informasi yang sangat tepat. Hal itu dikarenakan media sosial banyak di pakai oleh berbagai kalangan sehingga banyak para pengusaha yang tertarik untuk mengiklankan produknya di media sosial. Sebagai usaha kecil menengah (UKM) Cv. Fajar Anugrah mengalami keterbatasan tentang media sosial sehingga menghambat berkembang promosi penjualan yang selama ini hanya menggunakan media cetak di era yang serba digital.

Maka perusahaan menggandeng mitra yang dapat mempromosikan produk-produk Cv. Fajar Anugrah. Cv Fajar Nugraha ini bergerak di bidang konveksi baju seragam sekolah. Pada perkembangan globalisasi yang sangat pesat ini banyak para pengusaha menuangkan ide dalam promosinya melalui media sosial misal youtube, facebook, instagram yang mana keamanan legalitas dari para plagiat dan durasi yang bebas dari biaya, karna berbeda dengan iklan di televisi yang ada berapa syarat dalam menampilkan iklannya dengan batasan durasi dan memakan biaya.

Adapun media sosial sebagai salah satu teknologi yang menjadi alat komunikasi yang mempunyai fungsi yaitu menyampaikan informasi ,mendidik , menghibur dan mempersuasi .

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penelitian dan latar belakang di atas , maka rumusan masalahnya adalah bagaimana mewujudkan karya Pembuatan Media Promosi Pada CV.Fajar Anugrah Dengan Menggunakan Teknik Motion Graphic pada media sosial supaya mempunyai nilai promosi yang dapat mempengaruhi masyarakat ?

### **1.3 Batasan Masalah**

Teknologi multimedia sangat luas sehingga memfokuskan pembahasan dengan dibatasi ruang lingkup yang lebih sempit yaitu:

1. Bagaimana membuat media promosi berbasis iklan media sosial dan target penayangannya pada youtube,facebook,instagram .
2. Merancang iklan dengan menggunakan software sebagai berikut yaitu adobe after effect , adobe premier dan adobe illustrator.
3. Sasaran pemasarannya adalah masyarakat menengah kebawah.
4. Pembuatan iklan ini dibatasi durasi 30 detik .

#### **1.4 Tujuan**

Adapun tujuan dari penelitian skripsi ini adalah :

1. Untuk memenuhi syarat kelulusan program sarjana di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Amikom Yogyakarta.
2. Dapat menerapkan ilmu dan pengetahuan yang telah di dapat selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Amikom .
3. Memperoleh wawasan secara nyata dari penelitian yang telah dilakukan dan penerapan di dunia nyata, kehidupan, dan masyarakat.
4. Untuk penunjang promosi Fajar Anugrah serta penambah nilai .
5. Memberikan kontribusi atau manfaat positif dalam membantu aktivitas yang dilakukan oleh CV. Fajar Anugrah.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Pembuatan Media Promosi Pada CV.Fajar Anugrah Dengan Menggunakan Teknik Motion Graphic adalah :

1. Bagi mahasiswa :
  - a) Untuk membantu mahasiswa dalam menjalankan skripsi mengetahui tingkat kemampuan dalam penerapan ilmu yang telah dipelajari dalam menyelesaikan masalah sesuai dengan kompetisi agar dapat di nyatakan lulus.

- b) Menambah pengetahuan tentang pengoptimalan sebuah sistem informasi berbasis multimedia tidak hanya informasi tapi juga bisa memberikan solusi untuk pihak yang membutuhkan.
  - c) Mampu membuat strategi daya tarik ikan di media sosial.
  - d) Mempertanggung jawabkan hasil secara akademik.
  - e) Mampu membuat naskah animasi dan storyboard iklan pada media sosial.
  - f) Mengembangkan kreativitas dalam pembuatan hingga dalam penyajian iklan pada media sosial.
2. Bagi masyarakat :

Dengan adanya iklan perusahaan Fajar Anugrah di media sosial ini di harapkan para konsumen dapat mudah dan mendapatkan informasi produk baju sragram sekolah yang murah dengan harga terjangkau langsung di konveksinya dengan pelayanan ramah pelanggan dan dapat dikirimkan barangnya sesuai tujuan pemesan . Serta perusahaan ini tidak hanya menjual secara grosir tapi juga bisa ecer dengan harga murah kualitas baik.

3. Bagi perusahaan :
- a) Membantu memperkenalkan Cv. Fajar Anugrah pada khalayak ramai.
  - b) Meningkatkan daya tarik konsumen sehingga meningkatkan citra perusahaan.
  - c) Memasukkan produk ke dalam segmentasi dan pembedikan pasar.

## 1.6 Metode Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis melakukan penelitian, mengambil dan mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang akan dibahas. Beberapa metode penelitian ini akan dipakai dalam mendukung aktifitas penelitian adalah sebagai berikut.

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mendukung keakuratan dan kebenaran data maka peneliti menggunakan metode pengumpulan data.

Adapun metode dalam pengumpulan data ,antara lain :

#### 1. Wawancara

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada narasumber yang terkait untuk dimintai keterangan mengenai masalah yang akan di ulas .

#### 2. Metode Studi Pustaka

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengkajian pada beberapa sumber untuk di jadikan referensi tertulis yaitu mempelajari buku – buku

yang berkaitan dengan permasalahan yang di hadapi serta informasi melalui sumber – sumber yang akurat dari majalah , internet dan tulisan ilmiah.



### 1.6.2 Metode Perancangan Sistem

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pra produksi yang meliputi tahap menentukan ide cerita atau konsep iklan , pengumpulan data yang akurat , dan pembuatan storyboard

### 1.6.3 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara , peneliti menggunakan analisis SWOT dalam kasus penelitian ini.

### 1.6.4 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan animasi yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk pembuatan iklan meliputi menentukan ide cerita, mengumpulkan data hingga pembuatan *storyboard*.

### 1.6.5 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan animasi 2D . Setelah itu, model selanjutnya adalah tahapan pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap finishing berupa *rendering* dan *distributing*.

### 1.6.6 Metode Testing

Peneliti melakukan testing terhadap video iklan dengan melakukan penayangan kepada objek dan hasil akhir ditayangkan di media sosial yaitu youtube,facebook,instagram.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk penulisan Laporan Skripsi ini , penulisan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan peneliatian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

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

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori dasar pembuatan iklan, teori multimedia dan software yang akan digunakan untuk pembuatan iklan ini.

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

Bab ini menjelaskan tentang analisis perancangan iklan, mulai dari pembuatan alur cerita serta tahapan pra produksi, seperti pembuatan ide cerita dan storyboard yang digunakan untuk video iklan.

**BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menerangkan tentang perancangan iklan dan pembahasan tentang iklan yang dibuat.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisikan sumber – sumber materi yang di jadikan acuan dan memberikan masukan dalam penulisan skripsi.

