

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

PT. Wahana Anugerah Energi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa sektor manajemen persampahan yang didirikan pada tanggal 6 November 2012. Saat ini, pihak PT. Wahana Anugerah Energi memberikan informasi serta melakukan promosi program layanan yang bernama Rapel melalui pameran dan media sosial. Walaupun promosi yang dilakukan sebelumnya sudah cukup efektif, namun pihak perusahaan masih ingin terus melakukan perkembangan dengan meningkatkan metode promosinya. Oleh karena itu, pihak perusahaan ingin mempunyai sebuah video iklan dalam bentuk animasi untuk menarik minat masyarakat umum. Akan tetapi, iklan tersebut masih belum dapat direalisasikan karena keterbatasan sumber daya manusia.

Media sosial menjadi suatu peluang besar bagi para pelaku usaha dalam melakukan kegiatan bisnis. Tingginya jumlah pengguna internet dan media sosial menjadi alasan para pelaku usaha menggunakan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan promosi agar dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Media sosial merupakan *platform* digital yang digunakan untuk kebutuhan pribadi maupun organisasi sebagai media dalam berinteraksi satu sama lain melalui jaringan internet [1].

Saat ini, jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring dengan teknologi yang semakin berkembang. Hasil riset dari laporan *We Are Social* pada tahun 2021, jumlah pengguna internet telah mencapai 202,6 juta jiwa atau setara dengan 73,7% dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 37 juta pengguna baru dari tahun sebelumnya, dengan pengguna aktif media sosial sebesar 170 juta jiwa atau setara dengan 61,8%, dan waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial hingga 8 jam 52 menit setiap harinya [2].

Berdasarkan alasan tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul "Analisis dan Pembuatan Video Iklan Melalui Media Sosial Pada PT. Wahana Anugerah Energi Menggunakan Teknik *Motion Graphic*". Video iklan ini, dibuat

dengan menampilkan informasi dan hal-hal penting sesuai dengan kebutuhan dari PT. Wahana Anugerah Energi.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah: bagaimana cara merancang dan membuat video iklan dengan teknik *motion graphic* sebagai media promosi program layanan Rapel dari PT. Wahana Anugerah Energi?

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti membuat batasan masalah sebagai berikut :

- a. Video iklan akan dibuat dengan animasi 2D menggunakan teknik *motion graphic*.
- b. Hasil Video dikemas dalam format *file* .mp4 dengan kualitas HD menggunakan resolusi 1080x1080px.
- c. Informasi yang disajikan pada video iklan berupa pengertian serta kegunaan program layanan Rapel yang dimiliki oleh PT. Wahana Anugerah Energi.
- d. Hasil video akan ditayangkan melalui media sosial Instagram.

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

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini yaitu membuat video iklan melalui media sosial Instagram sebagai media informasi dan promosi mengenai program layanan Rapel yang dimiliki PT. Wahana Anugerah Energi.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu untuk membantu PT. Wahana Anugerah Energi dalam memberikan informasi dan memperkenalkan program layanan Rapel kepada masyarakat luas.

## 1.6. Metode Penelitian

### 1.6.1. Metode Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Metode observasi ini merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang dituju yaitu pada PT. Wahana Anugerah Energi.

#### b. Wawancara

Metode wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dan data yang valid dengan cara bertanya kepada pihak PT. Wahana Anugerah Energi.

#### c. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan cara mencari dan melihat referensi melalui buku, jurnal, internet, maupun referensi lain dari berbagai sumber yang terpercaya.

### 1.6.2. Metode Analisis

#### a. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada objek yang diteliti.

#### b. Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional bertujuan untuk mengetahui informasi apa saja yang harus ada dan ditampilkan pada video iklan tersebut.

#### c. Kebutuhan Non-Fungsional

Analisis kebutuhan non-fungsional bertujuan untuk mengetahui perangkat keras dan perangkat lunak apa saja yang dibutuhkan selama pembuatan video iklan tersebut.

### 1.6.3. Metode Perancangan

#### a. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, dipersiapkan segala sesuatu yang dapat mendukung proses menuju produksi. Persiapan pra produksi berfokus kepada pengambilan data, penentuan konsep, perangkat lunak dan perancangan untuk mempermudah proses produksi.

b. Produksi

Pada tahap produksi, dilakukan perancangan dan pembuatan animasi. Proses ini menggunakan berbagai macam perangkat lunak diantaranya yaitu *Adobe Illustrator CC*, *Adobe After Effect CC*, *Adobe Audition CC* dan *Adobe Media Encoder CC*.

c. Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, terdapat proses pendukung yang mengemas video iklan tersebut agar hasil video iklan yang didapatkan menjadi lebih maksimal. Perangkat lunak yang digunakan yaitu *Adobe Premiere Pro CC*.

### 1.7. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dalam memahami isi yang dipaparkan dalam laporan skripsi ini, maka diperlukan sebuah penyusunan sistematika penulisan skripsi. Berikut merupakan sistematika penulisan skripsi yang terdiri dari 5 bab, yaitu:

**BAB I** Pendahuluan, berisi gambaran umum masalah yang dideskripsikan melalui latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II** Landasan teori, berisi penjelasan tentang penelitian-penelitian yang berhubungan dengan perancangan video iklan media sosial.

**BAB III** Analisis dan perancangan, berisi gambaran mengenai objek penelitian, perancangan pembuatan video iklan berdasarkan rumusan masalah secara umum.

**BAB IV** Implementasi dan pembahasan, berisi penjelasan cara dan tahapan pembuatan video iklan media sosial dengan *motion graphic*

**BAB V** Penutup, berisi kesimpulan dan saran yang ditunjukkan kepada pihak-pihak terkait.