

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media, pemanfaatan media promosi pada video profil terkadang memberikan daya tarik tersendiri, terutama pada layanan iklan televisi maupun media sosial, agar iklan sampai ke konsumen maka diperlukan media promosi yang jelas. Semakin berkembangnya jaman semakin berkembang pula cara, waktu, serta konsep dan ide hingga media penyampaian informasinya.

Mulai dari penyebaran informasi melalui mulut ke mulut yang memiliki area penyebaran yang tidak luas dan media digital seperti iklan yang memiliki waktu yang singkat, namun memiliki area yang luas serta ide dan konsep yang menarik dalam menyampaikan media promosi. Selama ini Tempe Mbah Mariyem membutuhkan media promosi yang baik, menarik dan lebih inovatif. Karena Tempe Mbah Mariyem belum memiliki media promosi dalam bentuk video profil.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk membuat sebuah media promosi dalam bentuk video profil dan motion graphic, agar dapat memberikan informasi dan dapat memperluas pemasaran. Judul yang akan penulis angkat adalah **“Pembuatan Iklan Produk Tempe Mbah Mariyem di Wonogiri Menggunakan Teknik Motion Graphic dan Live Shoot (Studi Kasus : Kota Wonogiri) “**.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka solusi yang penulis usulkan yaitu membuat iklan menggunakan teknik motion graphic dan iklan secara liveness dimana dalam pembuatannya mengikuti model di zaman sekarang dengan memanfaatkan sosial media sebagai promosinya. Hasil penelitian diharapkan mampu membantu usaha Tempe Mbah Mariyem menjadi lebih maju dan lebih di kenal oleh khalayak ramai.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah yang dirumuskan peneliti yaitu :

Apakah dengan pembuatan iklan untuk usaha Tempe Mbah Mariyem dapat membuat Tempe Mbah Mariyem menjadi lebih maju dan lebih dikenal oleh masyarakat atau pun pengguna sosiasal media.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yaitu menghasilkan iklan yang mendukung kemajuan Tempe Mbah Mariyem dalam proses pengenalan dan tahap pembuatan dengan menggunakan metode motion graphic dan liveshoot untuk pengaplikasiannya

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi objek yang diteliti, peneliti itu sendiri dan masyarakat luas. Beberapa manfaat dari penelitian ini usaha Tempe Mbah Mariyem menjadi lebih maju dan bisa di kenal oleh banyak masyarakat luas, ada manfaat lain seperti :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan secara umum dan bisa menjadikan pengalaman pada bidang multimedia dan penelitian ini diharapkan menjadi pedoman yang bijak untuk usaha Tempe Mbah Mariyem agar lebih maju dan mengikuti zaman dengan pengenalannya pada sosial media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi pedoman dan kebijakan untuk owner usaha Tempe Mbah Mariyem dalam proses pengenalan dan tahapan pemasaran yang lebih tepat.

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan lebih terarah dan jelas, diperlukan adanya batasan masalah :

1. Sistem pendukung menggunakan periklanan dengan media video profile motion graphic dan live shoot
2. Hanya mengutamakan sosial media pada pengaplikasiannya
3. Pengenalannya hanya di sosial media whatsapp, instagram, facebook, dan youtube.
4. Video menghasilkan durasi \pm 60 detik

1.6 Metode Penelitian

Penelitian menggunakan beberapa metode yaitu :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Wawancara

Pengumpulan data melalui tatap muka dan tanya jawab kepada pihak- pihak yang berkepentingan dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lebih terinci serta akurat yang berhubungan dengan penelitian.

1.6.1.2 Metode Observasi

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti, misalnya produk yang dihasilkan dan manfaat produk yang diberikan.

1.6.1.3 Metode Analisis

Analisis yaitu menguraikan iklan televisi untuk diidentifikasi dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya

1.6.1.4 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan di bentuk, mulai tahap penentuan konsep dan bentuk visual yang ingin diberikan juga pembuatan storyboard dan video iklan tersebut.

1.6.1.5 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukakannya review hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan, dan menentukan hasil untuk masuk tahap paska produksi (*editing*).

1.6.1.6 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di media televisi atau media lainnya seperti (youtube,instagram, dll).

1.7 Sistematika Penulisan

Susunan penelitian ini untuk mempermudah penulis, dengan caramengelompokan menjadi beberapa bab sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi penjelasan singkat dari teori-teori yang bersangkutan untuk mendukung penulisan laporan skripsi.

BAB III Analisis dan Perancangan Sistem

Bab ini berisi tentang Analisa dan pembuatan suatu iklan dengan teknik motion graphic dan liveshot untuk usaha Tempe Mbah Mariyem .

BAB IV Implementasi dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang periklanan yang digunakan yaitu metode *motion graphic* dan *liveshoot* serta pengujian untuk mengetahui apakah cara tersebut dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi sesuai dengan yang diharapkan.

BAB V Penutup

Bab ini merupakan penutup yang didalamnya berisi kesimpulan dari keseluruhan rangkaian penelitian.