

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Pamuji Media Infotama atau lebih dikenal dengan nama pamuji.id adalah *partner* yang memberikan solusi IT yang bergerak dibidang jasa teknologi informasi dan internet *content*, yang telah berdiri dari tahun 2013 hingga saat ini. Pamuji.id memiliki konsep layanan IT yang terpadu, dimana perusahaan menyediakan layanan secara lengkap untuk semua kebutuhan IT. Selain melayani hosting dan domain, pamuji.id juga melayani pembuatan web dan media promosi dalam segala bentuk bidang usaha.

Saat ini, untuk memberikan informasi kepada masyarakat umum, pamuji.id masih menggunakan media seperti koran, brosur, poster, web dan sosial media dalam mempublikasikan layanannya. Sehingga masih banyak masyarakat umum yang belum mengerti dan memahami informasi layanan yang terdapat pada pamuji.id, dikarenakan keterbatasannya informasi dan kebebasan iklan dalam bentuk media cetak. Dimana brosur, poster, web dan sosial media hanya berisi teks dan gambar yang dalam penyampaian informasinya masih terbilang kurang efektif, dan belum bisa mengilustrasikan informasi layanan yang ditawarkan secara maksimal. Dari pengalaman tersebut, pamuji.id menargetkan untuk mempertahankan dan meningkatkan mutu pelayanan ataupun periklanan harus memiliki media promosi yang inovatif dan kreatif. Karena itu, pamuji.id ingin lebih mengembangkan cara pandang perusahaan dalam memberikan informasi layanan, agar apa yang disampaikan kepada masyarakat umum dan konsumen dapat diterima dengan mudah. Sehingga diperlukan cara untuk

memperkenalkan atau mempromosikan layanan yang terdapat pada perusahaan, salah satunya dengan cara pembuatan iklan dalam bentuk video dan ditayangkan melalui media elektronik seperti videotron dan televisi, yang dalam penyampaian informasinya terbilang cukup efektif, komunikatif, jangkauan yang luas dan membuat karakter menjadi hidup untuk menarik minat masyarakat (Suyanto, 2005). [2]

Karena itu, pada PT. Pamuji Media Infotama untuk penulis jadikan objek dalam pembuatan video iklan promosi tersebut. Dengan target semua kalangan termasuk mahasiswa dan pengusaha. Proses dalam pembuatan video iklan jasa ini mencakup beberapa hal dalam materi yang akan ditampilkam seperti pencarian data, fakta pendukung dan perancangan konsep yang kreatif. Rancangan yang dihasilkan adalah berupa video dalam bentuk *motion graphic* yang mengusung tentang produk layanan jasa yang terdapat pada pamuji.id.

Dari permasalahan diatas, maka penulis membuat penelitian berjudul "Pembuatan Video Iklan Jasa Pada PT. Pamuji Media Infotama Menggunakan Teknik *Motion Graphic*" dan diharapkan masyarakat umum maupun konsumen mengerti dan memahami layanan jasa yang ditawarkan pada PT. Pamuji Media Infotama setelah melihat atau menyaksikan video iklan tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "Bagaimana cara membuat video iklan jasa pada PT. Pamuji Media Infotama menggunakan teknik *motion graphic*?",

### 1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di PT. Pamuji Media Infotama yang terletak di Yogyakarta.
2. Pembuatan video iklan ini sebagai sarana untuk membantu pamuji.id dalam memperkenalkan layanan produk yang lebih luas, efektif dan komunikatif, sekaligus untuk mengembangkan cara pandang perusahaan dalam memberikan informasi.
3. Data yang diambil berdasarkan informasi dari pihak pemasaran pada PT. Pamuji Media Infotama.
4. Teknik yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan menerapkan animasi *motion graphic* pada iklan PT. Pamuji Media Infotama.
5. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah *Adobe After Effects CS6, Adobe Premiere Pro CS6, Adobe Illustrator CS6* dan *Adobe Audition CS6*.
6. Video iklan berdurasi 30 detik.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah membuat video iklan jasa pada PT. Pamuji Media Infotama menggunakan teknik *motion graphic*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dimaksud dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat bagi PT. Pamuji Media Infotama
  - a. Memberikan gambaran kepada PT. Pamuji Media Infotama tentang media promosi dalam bentuk video visual.
  - b. Meningkatkan mutu layanan promosi dari pihak branding atau marketing pada PT. Pamuji Media Infotama.
  - c. Membantu pelayanan dalam mempromosikan produk jasa yang terdapat pada PT. Pamuji Media Infotama.
2. Manfaat bagi masyarakat umum dan konsumen
  - a. Memberikan informasi layanan jasa yang terdapat pada PT. Pamuji Media Infotama lebih singkat dan jelas.
  - b. Memperkenalkan PT. Pamuji Media Infotama kepada masyarakat sebagai media layanan hosting, domain dan promotion.

## 1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukam dalam pembuatan video iklan jasa ini adalah sebagai berikut :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### 1.6.1.1 Metode Observasi

Yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap PT. Pamuji Media Infotama untuk mendapatkan layanan – layanan apa saja yang akan ditampilkan pada video iklan tersebut. Dan mengamati video – video iklan, baik di Indonesia

maupun luar negeri yang menggunakan tehnik motion graphic dalam pengemasannya.

#### **1.6.1.2 Metode Wawancara**

Yaitu pengumpulan data dengan cara tanya jawab kepada direktur ataupun branch manager PT. Pamuji Media Infotama untuk mendapatkan informasi yang jelas dan lengkap.

#### **1.6.1.3 Metode Studi Pustaka**

Yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur – literatur yang valid dan relevan, dan juga berkaitan dengan penelitian yang akan dibuat atas dasar teoritis yang diterangkan dalam sebuah buku. Untuk menjadi pedoman dalam penyusunan laporan yang akan dibahas.

#### **1.6.2 Metode Analisis**

Merupakan salah satu metode untuk mengidentifikasi suatu masalah yang dikutip dari buku (Suyanto, 2003, 2005), antara lain dengan cara menganalisis kinerja, informasi, biaya, keamanan, efisiensi dan pelayanan. Sehingga apabila terdapat kesalahan berdasarkan faktor internal maupun eksternal, langsung dapat diusulkan perbaikan – perbaikannya.[3]

#### **1.6.3 Metode Perancangan**

Menurut Suyanto (2005) untuk memproduksi iklan televisi harus melalui 3 tahap yaitu, tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap pascaproduksi. Karena dalam setiap masing – masing tahapan tersebut secara tidak langsung akan mempengaruhi biaya dan kualitas video yang akan dibuat.[2]

#### 1.6.4 Metode Evaluasi

Menurut (Rahadi, 2010) evaluasi kerja yaitu penilaian untuk mengukur prestasi kerja berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan, dengan cara membandingkan sasaran (hasil kerja) dengan standard pekerjaan yang telah ditetapkan selama periode tertentu. Dapat disimpulkan bahwa pada tahapan evaluasi ini akan ada penilaian yang dilakukan objek terhadap video yang akan ditayangkan, untuk mengukur sejauh mana kelayakan penayangan video tersebut.[10]

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan mudah dipahami dan terstruktur, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok – pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

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

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

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

Bab ini menjelaskan tentang pengertian multimedia, jenis – jenis media promosi, konsep dasar iklan, dan teknik yang digunakan dalam perancangan video iklan jasa pada PT. Pamuji Media Infotama.

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

Pada bab ini akan menjelaskan tentang analisis yang digunakan dalam penelitian meliputi analisis kinerja, informasi, biaya, efisiensi, pelayanan, baik faktor internal maupun internal dan perancangan video iklan.

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

Bab ini membahas tentang proses dan hasil perancangan video iklan.

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

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran pembahasan dari bab – bab sebelumnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

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

