



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan kemajuan zaman dewasa ini memasuki era digitalisasi, dimana hal tersebut menuju ke arah peradaban yang dinamis. Hal tersebut menjangkau seluruh aspek yang ada dalam kehidupan. Salah satunya pada aspek dunia kewirausahaan. Tidak hanya perkembangan teknologi modern saja yang mengalami kemajuan, melainkan kehidupan sosial pun berdampak dan dengan adanya perkembangan ini, masyarakat dikenal sebagai masyarakat modern. Masyarakat modern memanfaatkan kecanggihan teknologi selain untuk berkomunikasi dan mencari informasi, juga sebagai usaha dalam mengembangkan perekonomian. Hal ini dapat dilihat dari semakin meluasnya sistem jual beli yang dilakukan secara online. [1] Iklan sendiri merupakan sebuah bentuk komunikasi, yang dapat disampaikan melalui berbagai cara seperti melalui televisi, media cetak, radio, internet, dan lainlain. Iklan memiliki peranan penting dari suatu perusahaan, guna mempromosikan produk-produk kepada khalayak. Seiring berkembangnya teknologi, bentuk iklan juga mengalami perubahan. Dari yang sebelumnya berisi video pendek dengan aktor/aktris di dalamnya, kini peran tersebut sudah dapat digantikan dengan teknologi animasi. Hal tersebut tentunya menguntungkan bagi pengguna iklan karena dapat mengurangi biaya dalam pembuatan iklan serta waktu yang dibutuhkan. Dan peluang ini tentu banyak dimanfaatkan oleh para produsen iklan, untuk berlomba-lomba membuat animasi iklan yang menarik dengan harga yang terjangkau. [2]



Iklan adalah salah satu cara untuk menyampaikan atau menginformasikan kepada khalayak tentang sebuah produk. Di dalam iklan terdapat kata kunci serta gambar yang mendukung kata kunci tersebut. Hal penting dalam iklan adalah kalimat yang menarik dan mudah dipahami serta didukung gambar yang juga menarik. Selain itu, kalimat yang bersifat persuasif atau mengajak sangat penting dalam beriklan. Kalimat persuasif bertujuan untuk menarik minat pembaca akan maksud yang ingin disampaikan dalam suatu iklan. Dalam menyusun komponen-komponen iklan tersebut, diperlukan cara yang kreatif, baik konsep iklan maupun unsur visual sebagai tampilan iklannya. [3]

Media sosial memiliki peran penting saat ini untuk berbagai jenis informasi yang diberitakan. Kalangan usia milenial menjadi pengguna yang lebih banyak menggunakan media sosial di masa sekarang ini. Salah satu bentuk pemberitaan di media sosial selain gambar adalah video. Video yang merupakan cabang multimedia sebagai sajian utamanya. Dalam konteks hiburan, kemampuan untuk menghasilkan video yang bagus sangat diperlukan. Sehingga melahirkan profesi baru dikalangan generasi millennials sampai generasi z yaitu content creator. Pada profesi ini, kemampuan utama yang harus dimiliki adalah kemampuan editing video. Tanpa editing video, maka video yang dibuat terlihat kaku dan tidak menarik. Terlebih video yang akan di posting di social media harus menarik ketertarikan pemirsa. [4] media sosial adalah platform yang berfokus pada keberadaan pengguna, memungkinkan mereka untuk beraktivitas dan berkolaborasi. Ini menjadikan media sosial sebagai alat online yang memperkuat interaksi antar pengguna dan membangun ikatan sosial. [5]



Desa Kotabaru Seberida, yang terletak di Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau adalah salah satu desa yang kaya dengan sumber daya alam, terutama dibidang pertanian dan perkebunan. Desa ini dikenal sebagai salah satu desa dengan penghasilan kelapa yang cukup tinggi, menjadikannya sebagai salah satu unggulan yang berperan penting dalam prekonomian desa. Meskipun demikian, potensi yang besar ini masih menghadapi berbagai permasalahan yang menghambat pengembangan ekonomi lokal. Glow candy adalah sebuah produk inovatif yang terbuat dari bahan alami air buah kelapa dengan tambahan efek visual yang bercahaya dan menarik. Glow candy memiliki banyak varian rasa seperti rasa original, pandan, kunyit dan jahe dan menggunakan gula tebu sebagai pemanis permen tersebut sehingga baik untuk kesehatan tubuh manusia.

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dikemukakan di atas maka penulis tertarik untuk mengamati serta melaksanakan penelitian dengan menetapkan judul yaitu "Perancangan Iklan Produk Lokal Glow Candy Berbasis Multimedia" sebagai media promosi produk meningkatkan potensi UMKM yang akan memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk lebih mudah mengetahui produk lokal UMKM.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah Perancangan Iklan Produk Lokal Glow Candy Berbasis Multimedia adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi memperkenalkan produk lokal desa ke masyarakat luas?
2. Bagaimana merancang iklan yang menarik untuk mempromosikan produk Glow Candy melalui video iklan?
3. Bagaimana tahapan pembuata video iklan produk Glow Candy yang efektif?



1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini agar lebih terarah, maka penelitian ini memfokuskan pembahasan sebagai berikut :

1. Peneliti berfokus pada Perancangan Video Iklan Produk Lokal Glow Candy Menggunakan Aplikasi *Adobe After Effect* untuk memperkenalkan produk lokal desa kepada masyarakat luas.
2. Menampilkan rasa berbagai rasa permen.
3. Iklan brand ini menampilkan seluruh informasi berkaitan tentang glow candy seperti, rasa, manfaat, dan terbuat dari bahan-bahan alami.
4. Iklan Ini berlaku untuk konsumen agar lebih dikenal dikalangan masyarakat.
5. Software yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah aplikasi *Adobe After Effect*
6. Software yang digunakan untuk pembuatan suara dubbing menggunakan aplikasi *Adobe After Effect*

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian Perancangan Iklan Produk Lokal Glow Candy Berbasis Multimedia Menggunakan bertujuan untuk:

1. Memberikan inovasi dan digitalisasi dalam pengembangan guna mendorong produk lokal di desa?
2. Merancang konsep video yang menarik untuk mempromosikan produk Glow Candy melalui video iklan
3. Dapat mengetahui tahapan pembuata video iklan produk Glow Candy yang efektif menggunakan aplikasi *Adobe After Effect*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Inrangiri

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari Perancangan Iklan Produk Lokal Glow Candy Berbasis Multimedia adalah sebagai berikut:

1. Iklan yang ditargetkan dengan baik di media sosial dapat mendorong lebih banyak konsumen untuk mencoba dan membeli produk Glow Candy.
2. Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan penjualan produk lokal desa.
3. Menyediakan lapangan pekerjaan baru dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. Iklan dan promosi di media sosial membantu memperkenalkan Glow Candy kepada lebih banyak orang. Dengan strategi konten yang tepat, produk bisa lebih dikenal oleh audiens yang lebih luas, termasuk di luar pasar lokal..

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi tentang keterangan dari masing-masing bab secara umum yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II STUDI LITERATUR

Pada bab ini membahas mengenai jurnal penelitian terdahulu yang mirip dengan penelitian yang penulis lakukan, sebagai perbandingan yang akan penulis lakukan, dan rangkuman dari hasil tinjauan penelitian tersebut.

BAB III METODE PENELITIAN



Pada bab ini membahas tentang metode penyusunan naskah dan penerapan aplikasi mengedit video

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang konsep perancangan video sampai dengan publish video

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang penulis menyimpulkan hasil pembahasan beserta saran yang diperlukan untuk perbaikan dan informasi yang berguna bagi kita semua.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

