

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seorang produsen tentu selalu menginginkan produknya dapat diterima masyarakat secara luas. Agar produknya sampai ke konsumen maka diperlukan informasi yang jelas melalui teknologi multimedia yaitu media periklanan. Iklan yang ditayangkan melalui televisi merupakan bentuk media periklanan yang digunakan produsen untuk mengkomunikasikan informasi dengan menjangkau penonton dalam jumlah besar. Oleh karena itu iklan melalui media televisi dapat berpengaruh besar dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan atau instansi.

Travelisme Tour, adalah sebuah perusahaan yang berada di Yogyakarta dan bergerak dalam bidang perjalanan wisata. Banyak fasilitas dan paket wisata menarik yang ditawarkan oleh *Travelisme Tour* Yogyakarta. Tapi sayangnya belum banyak masyarakat mengetahui tentang hal tersebut.

Oleh karena itu, penulis bermaksud menambah jumlah media promosi dari *Travelisme Tour* Yogyakarta dengan membuat iklan *motion graphic* melalui media televisi agar dapat menarik lebih banyak masyarakat. Karena media promosi yang digunakan oleh *Travelisme Tour* Yogyakarta masih sederhana, yaitu masih melalui sosial media, seperti *twitter*, *facebook* dan *blackberry messange*

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melihat dari latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut. Bagaimana membuat iklan dengan teknik motion grafik pada *Travelisme Tour Yogyakarta*?

1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan iklan sebagai berikut:

1. Iklan ini dibuat untuk *Travelisme Tour Yogyakarta* sebagai media promosi dalam bentuk video dengan durasi 30 detik yang akan ditayangkan pada televisi lokal Yogyakarta (RBTV).
2. Menggunakan format video .mp4
3. Menggunakan teknik *motion graphic*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat kelulusan pada tingkat sarjana jurusan Teknik Informatika.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Tujuan untuk penulis

Dapat merancang iklan pada *Travelisme Tour* Yogyakarta dengan teknik *motion graphic*.

2. Tujuan untuk masyarakat umum

Bagi masyarakat umum yang ingin membuat iklan *motion graphic* dapat mengetahui langkah-langkah dalam pembuatannya.

3. Tujuan untuk *Travelisme Tour* Yogyakarta

Membantu *Travelisme Tour* Yogyakarta membuat iklan dalam bentuk video menggunakan teknik *motion graphic*.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data Penelitian

Agar menunjang pencarian fakta dan pengumpulan data guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan kasus ini, diperlukan pemahaman bagaimana iklan tersebut nantinya dapat dijalankan. Untuk mengetahui bagaimana iklan tersebut berjalan, diperlukan beberapa metode untuk memperoleh data yang akurat dan menghasilkan video iklan yang lebih baik. Metode-metode tersebut antara lain :

1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berkepentingan yang merupakan narasumber untuk mendapatkan informasi.

2. Observasi

Observasi adalah metode yang digunakan penulis dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan pengolahan data ditempat penelitian.

3. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan membaca buku untuk mendapatkan bahan tambahan yang bersifat teoritis dan *relevan* yang dapat menunjang laporan yang berkaitan dengan topik yang diambil serta pemecahan yang ada.

4. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari data-data arsip yang telah ada yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi.

1.5.2 Analisis

Dalam metode ini, penulis mengadakan pemeriksaan kebenaran data. Penulis juga membandingkan kekurangan dan kelebihan cara promosi lama dengan cara promosi yang baru. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis

SWOT yang meliputi : strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang), dan threat (ancaman).

1.5.3 Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah persiapan sebelum produksi, seperti mengumpulkan data merencanakan konsep atau ide cerita selanjutnya membuat dan mempelajari naskah, storyboard dan menganalisa produksi yang akan diterapkan dalam produksi iklan. Teknik produksi ini menggunakan motion graphic.

1.5.4 Pengembangan

Metode pengembangan dengan melakukan langkah-langkah Produksi yang didalamnya terdapat proses pembuatan desain, pembuatan animasi dan pembuatan voice over. Tahap Pasca produksi, didalamnya dilakukan editing, memeriksa hasil sementara setelah editing, kemudian jika hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan rendering untuk melakukan packaging hasil akhir dalam format video yang diinginkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi pada dasarnya untuk memudahkan pengertian tentang isi skripsi secara garis besar. Adapun penulisan tersebut dibagi dalam 5 bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan dan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan perancangan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang digunakan oleh penulis sebagai dasar penelitian dan gambaran tentang perangkat lunak yang akan digunakan oleh penulis dalam menyusun iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Dalam bab ini berisikan gambaran tentang *Travelisme Tour* Yogyakarta yang meliputi sejarah berdiri, analisis yang digunakan yaitu SWOT, sistem yang akan dibangun meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan *storyboard*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjabarkan langkah-langkah pembuatan video mulai dari pembuatan aset, editing, rendering sampai tahap akhir.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan, saran dari penelitian dan kelebihan dan kelemahan iklan.