

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan media informasi saat ini sangat pesat seperti munculnya alternatif baru periklanan yaitu media videotron. Videotron saat ini sudah terdapat di tiap-tiap daerah, dengan biaya yang terjangkau membuat media ini sebagai alternatif baru untuk media periklanan.

Motion Graphic merupakan salah satu teknik yang sering digunakan dalam pembuatan video iklan. Referensi tentang motion graphic khususnya motion graphic 2D masih bersifat terbatas. Sehingga menyulitkan bagi seorang animator pemula mencari referensi untuk belajar pembuatan motion graphic 2D. Karena semakin banyak referensi tentang motion graphic, maka semakin membantu para pemula untuk belajar dan mengembangkannya.

Bazaar Komputer Market merupakan perusahaan toko komputer bertempat di Bantul Yogyakarta. Perusahaan berkeinginan mempromosikan diri melalui media informasi kepada masyarakat luas dan membangun citra perusahaan. Dengan semakin majunya teknologi, mereka ingin menggunakan media informasi yang lebih maju dibanding perusahaan lainnya yang masih menggunakan sarana promosi seperti hardcopy, poster, stiker dan media cetak. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang ini nya membahas Teknik Motion Graphic untuk iklan dengan skripsi yang berjudul:

“Produksi Iklan “Bazaar Komputer Market” dengan Metode Motion Graphic 2D”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, dapat diidentifikasi masalah yang timbul yaitu : bagaimana membuat video motion graphic 2D untuk iklan bazar computer market di videotron?

1.3 Batasan Masalah

Memfokuskan pembahasan dalam hal ini, batasan ruang lingkup yang lebih sempit, yaitu :

1. Penelitian ini membahas tentang teknik motion graphic tingkat pemula.
2. Software yang penulis gunakan adalah Adobe Illustrator CC, Adobe Premier Pro CC, Adobe After Effect CC, dan Adobe Audition CC.
3. Format standar iklan yang digunakan pada iklan Bazaar Computer market adalah *HDTV (High Definition Television)*. Ukuran yang digunakan Full HD 1920 x 1080 px dengan Aspek Rasio 16:9.
4. Hasil video akan ditayangkan di videotron.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

- a. Sebagai referensi bagi peminat teknik motion graphic khususnya bagi para pemula.
- b. Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan “ Bazaar Komputer Market” sebagai *media promosi*, yang dapat membantu dalam publikasi kepada masyarakat.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Bagi Penulis

- a. Agar memperoleh gambaran secara nyata bagaimana cara memproduksi iklan secara maksimal.
- b. Sebagai media penerapan ilmu serta uji coba kerja sebelum terjun ke dunia kerja yang lebih mempunyai daya saing tinggi.
- c. Untuk mengetahui bagaimana membuat video dengan teknik motion graphic yang baik.

2. Bagi Perusahaan

- a. Membantu memfasilitasi perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran agar masyarakat lebih mengenal Bazaar Komputer Market.
- b. Meningkatkan daya tarik masyarakat supaya berkunjung ke Bazaar Komputer Market.

3. Bagi Masyarakat

- a. Agar masyarakat menangkap pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada khalayak ramai.
- b. Mendorong agar masyarakat tertarik untuk menjadi pengunjung di Bazaar Komputer Market.
- c. Agar masyarakat terutama peminat teknik motion graphic terbantu dalam perancangannya.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Laporan penelitian ini disusun dengan metode-metode sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis dilapangan dengan cara melihat fasilitas dan aktifitas yang ada di Bazaar Computer Market.

b. Metode Studi Pustaka

Penulis mengumpulkan data melalui buku-buku dan segala materi yang berkaitan dengan proses produksi yang dapat di peroleh di perpustakaan maupun file-file dari Internet serta tempat observasi.

c. Metode Wawancara

Penulis bertanya dan berkonsultasi langsung dengan pihak Bioskop Bazaar Computer Market untuk mengumpulkan informasi dari seorang yang berwenang dalam instansi tersebut.

1.5.2 Metode Identifikasi Masalah

Menjelaskan pokok masalah yang tercermin di latar belakang masalah.

1.5.3 Metode Analisis

Metode yang digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah iklan yang dibuat dan analisis kebutuhan iklan.

1.5.4 Metode Perancangan

Metode merancang konsep pembuatan iklan dan desain yang disiapkan sesuai dengan konten yang akan disampaikan.

1.5.5 Metode Produksi

Metode memproduksi iklan dan alur produksi iklan yang akan dibuat.

1.5.6 Metode Testing

Metode evaluasi hasil produksi iklan yang telah dibuat.

1.5.7 Metode Implementasi

Metode untuk mengimplementasikan karya yang dibuat sebagai karya ilmiah penulis.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu :

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab II akan menjelaskan landasan teori yang digunakan sebagai dasar untuk penelitian skripsi. Landasan teori berisi Tujuan, Pustaka dan Dasar Teori yang mendukung dilakukannya penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada Bab III dijelaskan mengenai analisis teknik motion graphic yang penulis bahas, profil singkat Bazaar Komputer Market, dan analisis mengenai pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV akan membahas tentang proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas pada BAB III, yaitu pada tahap Produksi dan Pasca Produksi.

BAB V PENUTUP

Pada Bab V membahas tentang kesimpulan serta saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang referensi yang digunakan dalam pembuatan iklan.

LAMPIRAN

Berisi tentang informasi atau data yang dibutuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasan.

