

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

House of Dinna adalah salah satu butik-salon bagi para *hijabers* yang ada di Yogyakarta. Usaha ini memasarkan busana Muslimah yang sedang *trend* saat ini untuk kalangan menengah ke atas dan menyediakan layanan *Make-up and Hijab-do* untuk acara-acara spesial seperti misalnya pesta, sesi pemotretan, acara wisuda, dan lain-lain. House of Dinna juga menjalin kerjasama dengan instansi lain yang berkecimpung di dunia muslimah *clothing line* dan komunitas hijab yang ada di Yogyakarta.

Setelah terjadi perombakan struktur organisasi omset House Of Dinna mengalami penurunan karena kurangnya strategi pemasaran yang menarik minat banyak konsumen, berdasarkan hal tersebut maka saya bertujuan membantu memasarkan dengan membuat video iklan, iklan ini dibuat untuk menunjukkan trend busana dari produk House Of Dinna.

Iklan House Of Dinna akan berbentuk sebuah animasi dengan menerapkan metode *motion graphic*. Karena dengan menerapkan animasi *motion graphic* lebih menarik dan bisa mudah diingat. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul :

Teknik Implementasi Motion Graphic Pada Video Iklan "House Of Dinna" Sebagai Media Promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah pada skripsi ini adalah bagaimana membuat iklan animasi House Of Dinna dengan teknik motion graphic untuk iklan televisi ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam aplikasi ini adalah :

1. Penelitian ini memfokuskan mengenai perancangan iklan dengan menggunakan tehnik animasi motion graphic dan berdurasi 30 detik sesuai standar tv lokal.
2. Menggunakan format standard iklan adalah HDTV 1080 (High Defination Television) ukuran yang digunakan 1920px x 1080px dengan format hasil rendering mpeg2.
3. Perancangan iklan untuk media periklanan HOUSE OF DINNA Yogyakarta, untuk penayangannya akan menjadi kewenangan butik HOUSE OF DINNA.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengiklankan *HOUSE Of DINNA* dengan menerapkan teknik motion graphic yang dapat digunakan secara optimal di bidang iklan televisi sebagai berikut :

1. Membuatkan iklan *HOUSE Of DINNA* dengan teknik *motion graphic*.
2. Memperkenalkan *HOUSE Of DINNA* pada masyarakat melalui tv lokal.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Mampu membuat iklan animasi motion graphic dengan kemampuan sendiri
2. Mampu mengembangkan diri di bidang animasi dan desain

1.5.2 Manfaat bagi Perusahaan

Bab 1 Sebagai media promosi *HOUSE Of DINNA*.

Bab 2 Agar *HOUSE Of DINNA* lebih dikenal banyak kalangan masyarakat dan tidak hanya di Yogyakarta tapi diseluruh Indonesia juga.

Bab 3 Meningkatkan rating *HOUSE Of DINNA* sebagai trend busana Muslimah yang ada di Yogyakarta.

1.5.3 Manfaat bagi Production House

1. Memberikan pandangan agar konsumen tertarik untuk membeli produk dari House Of Dinna
2. Mendapat kepuasan berbelanja setelah mengunjungi House Of Dinna

1.6 Metode Penelitian

Ada beberapa metode dalam melakukan penelitian pembuatan iklan ini. Beberapa metode penelitian tersebut antara lain :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Dalam metode ini dilakukan dengan mengamati secara langsung apa saja yang HOUSE OF DINNA berikan untuk memberikan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan yang akan dibuat nanti.

2. Metode Kepustakaan

Metode ini dilakukan untuk mencari dan melihat beberapa referensi teori baik itu dalam buku atau internet yang bersangkutan tentang iklan dan animasi *motion graphic*.

1.6.2 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. Metode Pembuatan Iklan

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

2. Teknik Perancangan Iklan

a. Merancang konsep iklan

Merancang konsep merupakan langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Di dalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat. Untuk dapat merancang konsep dalam membuat iklan sangat diburuhkan kreativitas.

b. Merancang isi iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan isi dari merancang konsep atau implementasi dari strategi kreatif. Merancang isi meliputi mengevaluasi dan memiliki daya tarik pesan, memberikan pesan yang bisa menjadi daya tarik kepada calon konsumen. Untuk menyampaikan isi iklan ini biasanya diambil dari keunggulan perusahaan yang bisa dijadikan minat tujuan konsumen untuk memiliki produk atau bergabung bersama perusahaan tersebut.

c. Merancang naskah iklan

Dalam merancang naskah menentukan dialog dan urutan elemen-elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata - kata yang digunakan untuk membidik pasar yang tepat, serta memperhatikan aspek - aspek yang menonjol untuk menghasilkan iklan tepat sasaran.

d. Merancang storyboard

Sebelum memulai memproduksi iklan diperlukan storyboard. Storyboard adalah serangkaian gambar sketsa yang menggambarkan urutan atau alur cerita setelah naskah iklan dan rancangan animasi yang dibuat selesai.

e. Memproduksi iklan

Tahap ini adalah aksi dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya. Memproduksi **system multimedia** dibagi dalam 3 tahap. Yaitu pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi.

3. Metode Implementasi

Metode untuk mengimplementasikan karya yang dibuat sebagai karya ilmiah oleh penulis.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Penelitian

Dalam laporan pembuatan skripsi disusun dengan sistematika penulisan laporan penelitian. Yang dibagi tiap susunan bab dan keterangan untuk penjelasan dalam tiap bab yang ditulis. Berikut adalah penyusunan bab dan keterangan singkatnya :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian dari pengantar pokok yang berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan laporan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah – langkah dalam pembuatan iklan.

3. BAB III PERANCANGAN

Pada BAB III ini adalah gambaran dari House Of Dinna. Serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembatasan iklan tersebut.

4. BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini dalam penulisan skripsi berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

5. BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil tes quisioner dari pihak *HOUSE OF DINNA* terhadap iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan yang dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat keterangan yang didapatkan dari beberapa buku dan internet sebagai referensi dan panduan untuk membantu dalam pembuatan dan sebagai penulisan skripsi.

