

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media. Pemanfaatan animasi pada video terkadang memberikan daya tarik tersendiri. Video iklan adalah sebuah media pemasaran yang dapat mencakup 5 unsur multimedia yaitu: video, teks, gambar, animasi dan suara. Dalam sebuah iklan dimungkinkan juga menggunakan motion graphic.

Motion graphic adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Konteksnya adalah infografis yang didesain bergerak seperti yang ada pada media audio visual berupa film, video dan animasi computer. Text ataupun tipografi dan grafis termasuk dalam motion graphic yang biasa dilihat dalam titles untuk film, opening program televisi, bumper dan elemen-elemen grafis yang muncul di layar kaca. Keunggulan dari motion graphic adalah bisa memvisualisasikan apa yang tidak bisa divisualisasikan oleh teknik iklan lain seperti halnya pamflet, brosur maupun liveshoot sekalipun.

Freeland Multimedia ialah perusahaan multimedia yang menyediakan jasa foto dan video shooting maupun penyewaan sound system untuk berbagai event atau acara. Freeland Multimedia yang berlokasi di Karangdowo Klaten mengedepankan pelayanan dan memberikan kualitas terbaik terhadap semua kebutuhan dengan dukungan sistem, infrastruktur dan sumber daya manusia yang profesional. Selama ini Freeland Multimedia pengiklanannya masih menggunakan

pamflet dan brosur. Hal ini membatasi informasi terhadap produk jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen, misalnya harga paket jasa video shooting di tempat kami mungkin saja lebih mahal dari tempat lain, tapi di sisi lain konsumen mendapatkan pelayanan yang lebih banyak dan lebih baik daripada tempat lain.

Dari keterangan di atas maka penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian dengan judul "*Penerapan Teknik Motion Grafik pada Iklan Freeland Multimedia*".

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah "*Bagaimana membuat video iklan untuk Freeland Multimedia dengan menerapkan teknik motion graphics?*"

### **1.3 Batasan Masalah**

Dengan tujuan untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia yang lebih kecil, yaitu:

1. Hasil penelitian ini akan berbentuk video iklan berdurasi 60 detik.
2. Penelitian hanya membahas pada teknik dan membuat iklan sesuai dengan apa yang sudah di informasikan dari objek.
3. Penelitian hanya membahas pada tahap produksi iklan dan tidak membahas pada dampak pembuatan iklan tersebut.
4. Software yang digunakan yaitu: Adobe After Effect Cs 6 dan Coreldraw X5.

5. Menggunakan standar video custom (1280 x 720) dengan format file video MPEG4 (Moving Picture Expert Group 4)

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini secara garis besar adalah:

1. Pembuatan iklan Freeland Multimedia menggunakan teknik Motion Graphics.
2. Mengenalkan produk pelayanan jasa dari Freeland Multimedia ke masyarakat luas.
3. Sebagai salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Strata 1 Jurusan Sistem Informasi di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

#### **1.5 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang obyek permasalahan dari penelitian, yaitu:

##### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

1. Observasi

Suatu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mempelajari sistem dengan cara mengamati langsung objek penelitian.

2. wawancara

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung mengenai perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas.

### 3. Studi Literatur

Suatu teknik pengumpulan data dengan membaca buku-buku pustaka yang merupakan penunjang dalam memperoleh data untuk melengkapi dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

#### 1.5.2 Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan analisis SWOT. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari *Strength (S)*, *Weakness (W)*, *Opportunities (O)* dan *Threats (T)* yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor di dalam perusahaan (S dan W).

#### 1.5.3 Metode Perancangan

Perancangan sebuah iklan sangat diperlukan untuk menentukan hasil yang akandicapai. Iklan tersebut nantinya akan dibuat melalui tiga tahap yaitu proses pra produksi dan proses pasca produksi.

#### 1.5.4 Evaluasi

Evaluasi merupakan kegiatan yang membandingkan antara hasil implementasi dengan kriteria dan standar yang telah ditetapkan untuk melihat berhasil atau tidak iklan tersebut dibuat. Dari evaluasi kemudian akan tersedia informasi mengenai sejauh mana suatu iklan tersebut telah dicapai sehingga bisa

diketahui bila terdapat selisih antara standar yang telah ditetapkan dengan hasil yang telah dicapai.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menerapkan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

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

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang iklan dan menampilkan teori tentang motion graphic dan tahap-tahap dalam pembuatan iklan serta menjelaskan tentang software yang akan digunakan.

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

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang perancangan iklan dan proses editing serta pembuatan storyboard.

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

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana mengimplementasikan teknik motion graphics pada iklan Freeland Multimedia dan akan menjelaskan perancangan secara teknis serta memaparkan hasil.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran.

**DAFTAR PUSTAKA**

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

