

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini sudah sangat maju, hal ini juga mempengaruhi kemajuan di bidang multimedia. Layaknya teknologi yang bermacam-macam, multimedia saat ini sudah melekat di kalangan masyarakat. Selain multimedia dimanfaatkan untuk media hiburan, multimedia saat ini dimanfaatkan sebagai penunjang pembelajaran, bahkan saat ini multimedia dimanfaatkan di dunia bisnis. Hal ini bisa dilihat dari proses pembuatan film, animasi, dan iklan komersial yang memanfaatkan multimedia.

Iklan merupakan bentuk media informasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi produk maupun jasa dari produsen kepada konsumen. Saat ini media iklan yang digunakan tidak hanya berupa tulisan, brosur, dan poster, tetapi saat ini banyak yang membuat iklan dalam bentuk video. Salah satu teknik yang bisa digunakan dalam pembuatan video iklan yaitu animasi 2d infografis untuk menciptakan iklan yang lebih kreatif dan inovatif.

OMUSTORE Yogyakarta merupakan salah satu gerai dari sister brand PT. Aseli Dagadu Djokdja yaitu OMUS. OMUSTORE dikenal sebagai clothing store yang dikhususkan untuk penjualan produk berlabel OMUS. Sebagai brand dari Dagadu Djokdja, OMUS membutuhkan media iklan promosi yang kreatif dan inovatif. Selain kreatif dan inovatif, tetapi juga bisa menyampaikan informasi tentang profil OMUS dan produk OMUS yang dapat dengan mudah dipahami

oleh calon konsumen. Oleh karena itu OMUS memerlukan iklan promosi dalam bentuk video infografis yang sebelumnya iklan promosinya masih dalam bentuk media cetak dan web. Iklan menggunakan media cetak dan web dianggap kurang dalam penyampaian informasi karena hanya menggunakan teks dan gambar saja. Dari kelemahan media iklan dengan media cetak dan web pihak OMUS membutuhkan bentuk iklan yang berbeda, yaitu dengan menggunakan video. Dalam video ini diharapkan akan lebih banyak penyampaian informasi, karena di dalamnya menggunakan kombinasi animasi gambar, teks, dan suara.

Dari uraian latar belakang di atas penulis bermaksud merancang “Penerapan Animasi 2D Infografis dalam Pembuatan Media Promosi OMUSTORE Yogyakarta” sebagai solusi kebutuhan media iklan promosi yang kreatif dan inovatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang akan penulis teliti adalah “Bagaimana membuat Animasi 2D Infografis sebagai Media Promosi OMUSTORE Yogyakarta?”

1.3 Batasan Masalah

Penulis menetapkan batasan-batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Penulis fokus dalam penggunaan animasi 2d infografis dengan durasi 1 menit 45 detik.
2. Penulis hanya menggunakan objek dua dimensi.
3. Penulis tidak menggunakan *live shoot* pada penelitian ini.

4. Penulis tidak membahas dampak setelah pembuatan iklan ini.
5. Software yang akan digunakan Adobe Premier Pro CS6, Adobe After Effect CS6, Adobe Audition CS 6, dan Corel Draw X5.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1.4.1 Tujuan untuk penulis

1. Membuat iklan OMUSTORE Yogyakarta dengan menggunakan animasi 2D infografis.
2. Dapat membuat iklan dalam bentuk video animasi 2D infografis.

1.4.2 Tujuan untuk masyarakat umum

Bagi masyarakat umum yang ingin membuat iklan dengan menggunakan animasi 2d infografis dapat mengetahui langkah-langkah cara pembuatannya.

1.4.3 Tujuan untuk OMUSTORE Yogyakarta

Membantu OMUSTORE Yogyakarta membuat iklan promosi penjualan produk dan brand profile OMUS dalam bentuk video animasi 2d infografis.

1.5 Metode Penelitian

Langkah-langkah untuk merancang penelitian yang berjudul "Penerapan Animasi 2D Infografis dalam Pembuatan Media Promosi OMUSTORE Yogyakarta" sebagai berikut:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode ini adalah metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek.

2. Metode Wawancara

Pada metode ini penulis melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung dengan pihak terkait untuk mendapatkan info yang akurat.

3. Metode Studi Pustaka

Metode ini yaitu salah satu metode pencarian dan pengumpulan data dari sumber-sumber media cetak atau elektronik yang berkaitan dengan objek penelitian sebagai landasan teori serta dapat dijadikan bahan perbandingan.

1.5.2 Metode analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis yang digunakan untuk landasan suatu iklan sebagai kebutuhan sesuai dengan yang diinginkan agar isi tidak meleset dari objek, adapun analisis yang akan digunakan yaitu:

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu cara untuk menganalisis perencanaan strategic yang di dalamnya mempertimbangkan beberapa

point, seperti *streghts*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* agar sebuah iklan dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan.

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan analisis yang di dalamnya akan menganalisis kebutuhan informasi, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan, seperti membuat naskah iklan, menentukan konsep gambar 2d yang akan digunakan sebagai ikon, serta membuat *storyboard* iklan.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dengan melakukan langkah-langkah produksi yang di dalamnya terdapat proses pembuatan gambar 2d, menyusun gambar sesuai naskah, review hasil sementara dan dokumentasi hasil. Tahap pasca produksi, yaitu tahap dilakukannya proses editing, memeriksa hasil editing sementara, dan jika editing sudah sesuai dengan yang diharapkan, kemudian dilanjutkan dengan proses rendering untuk packaging hasil akhir dengan format video yang diinginkan.

1.5.5 Evaluasi

Merupakan bentuk penelitian yang bertujuan untuk memeriksa proses perjalanan suatu program sekaligus menguraikan fakta-fakta yang bersifat kompleks dan terlibat di dalam program.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan sistematika penelitian ini menggunakan dasar-dasar penulisan karya ilmiah. Sistematika penulisan laporan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori merupakan tinjauan pustaka, berisi dasar-dasar teori untuk penulisan laporan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada tahap analisi, penulis menguraikan tentang kebutuhan fungsional dan non fungsional, sedangkan pada perancangan penulis membahas tahap-tahap perancangan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas implementasi dari iklan yang dibuat dan membahasnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, kritik, dan saran dari semua pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat tentang kajian pustaka yang dijadikan acuan dalam penelitian yaitu semua sumber yang dikutip baik dari buku-buku, modul-modul, makalah-makalah, jurnal serta internet dan berfungsi sebagai langkah referensi maupun panduan dalam pembuatan laporan skripsi ini.

