

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia teknologi mempengaruhi perkembangan bidang multimedia yang saat ini hampir tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat, multimedia tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, tetapi dimanfaatkan juga sebagai alat untuk menunjang proses pembelajaran, bahkan dunia bisnis sudah banyak yang memanfaatkan multimedia. Hal ini bisadilihat dengan semakin banyaknya film, animasi dan iklan yang memanfaatkan multimedia dalam proses pembuatannya.

Iklan merupakan suatu bentuk informasi produk maupun jasa dari produsen kepada konsumen maupun penyampaian pesan dari sponsor melalui suatu media. Saat ini iklan tidak hanya berbentuk tulisan, gambar atau brosur, melainkan banyak yang membuat dalam bentuk video karena bisa di aplikasikan di berbagai media. Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk membuat video iklan adalah motion graphic yang dapat menghidupkan gambar digital untuk menciptakan penampilan baru dan efek-efek khusus yang canggih. Penelitiain sebelumnya yang dilakukan oleh Gatot Susilo juga pernah menyisipkan motion graphic dalam pembuatan iklan Bardiman Cafe dan Resto dengan hasil yang memuaskan.

HIKSS! Clothing Yogyakarta merupakan clothing store yang terbentuk sejak tahun 2012 dan dikhususkan untuk penjualan produk dan juga distribusi

produk merek HIKSS!, sebagai usaha yang masih tergolong baru HIKSS! Clothing Yogyakarta membutuhkan penghematan dalam berbagai hal, tidak terkecuali dalam pembuatan iklan, saat ini perusahaan tersebut belum mempunyai video iklan dan banyak memasarkan produk melalui aplikasi *BlackBerry Massanger*. Perusahaan tersebut menginginkan pembuatan video iklan yang berasal dari foto, karena foto tersebut bisa digunakan untuk keperluan lainnya dan jika mengacu pada penelitian sebelumnya video iklan juga mendapatkan respon yang memuaskan.

Dari uraian latar belakang diatas maka penulis bermaksud untuk merancang iklan pada HIKSS! Clothing Yogyakarta menggunakan teknik Motion Graphic dengan adanya iklan ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk kebutuhan HIKSS! Clothing.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, permasalahan yang akan penulis teliti adalah bagaimana cara merancang iklan pada HIKSS! Clothing Yogyakarta menggunakan teknik Motion graphic ?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Penulis fokus dalam penggunaan teknik motion graphic dengan durasi iklan 30 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.

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
 - a. Dapat merancang iklan pada HIKSS! Clothing Yogyakarta dengan teknik motion graphic.
 - b. Dapat membuat iklan dalam bentuk video menggunakan foto.
2. Tujuan untuk masyarakat umum

Bagi masyarakat umum yang ingin membuat iklan motion graphic dapat mengetahui langkah-langkah pembuatan iklan motion graphic menggunakan foto.

3. Tujuan untuk HIKSS! Clothing Yogyakarta

Membantu HIKSS! Clothing Yogyakarta membuat iklan dalam bentuk video yang berasal dari foto menggunakan teknik motion graphic

1.5 Metode Penelitian

Langkah-langkah dalam melakukan penelitian yang berjudul “Perancangan Iklan pada HIKSS! Clothing Yogyakarta Menggunakan Teknik Motion Graphic ” adalah 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 cara melakukan wawancara secara langsung kepada pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang akurat.

3. Metode studi pustaka

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca, mempelajari dan mencari referensi dari buku, jurnal, artikel ataupun referensi lainnya yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini.

1.5.2 Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang Iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan yang meliputi :

1. Analisis Kebutuhan Fungsional

Analisis kebutuhan fungsional dalam penelitian ini meliputi kebutuhan informasi dan kebutuhan brainware, kebutuhan informasi akan diperlancar perancangan iklan dan kebutuhan brainware sangat dibutuhkan agar sebuah iklan dapat selesai dibuat.

2. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Analisis kebutuhan non fungsional dalam penelitian ini meliputi analisis kebutuhan perangkat keras dan kebutuhan perangkat lunak, yang akan digunakan dalam proses perancangan iklan.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah persiapan sebelum produksi, seperti membuat naskah iklan dan mempelajari naskah tersebut, membuat *storyboard*, pencarian/penentuan lokasi pengambilan gambar, perancangan penggunaan property pengambilan gambar, set design property dan rencana jadwal pengambilan gambar.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dengan melakukan langkah-langkah Produksi yang didalamnya terdapat proses pengambilan gambar, Review hasil sementara, pengambilan gambar ulang jika

hasilnya masih belum seperti yang diharapkan, dan dokumentasi hasil. 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 di inginkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun menggunakan dasar – dasar penulisan karya ilmiah. Sistematika penulisan laporan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori merupakan tinjauan pustaka, berisi dasar-dasar teori yang digunakan dalam penyusunan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada tahapan analisis, peneliti menguraikan tentang analisis terhadap kebutuhan fungsional dan non fungsional, sedangkan tahap perancangan membahas tahap-tahap perancangan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang implementasi dari iklan yang dibuat.

BAB V PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

