

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kemajuan teknologi saat ini telah membawa pengaruh besar terhadap kemajuan dalam bidang bisnis. Untuk mencapai tujuan dalam bisnis maka diperlukan sebuah strategi yang tepat. Salah satu strategi yang biasa digunakan yaitu dengan mempromosikan produk, jasa, dan profil usaha yang sedang dijalankan. Melalui sebuah iklan, dapat memberikan sebuah informasi terhadap masyarakat umum.

Video iklan merupakan suatu sarana yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk menarik minat masyarakat terhadap iklan yang dibuat. Iklan yang dipublikasikan diharapkan nantinya informasi atau pesan yang disampaikan kepada masyarakat luas khususnya di kota Yogyakarta yang menjadi target audience akan lebih jelas, dan juga menjadi sarana promosi yang efektif bagi perusahaan.

Perkembangan teknologi yang ada mendukung untuk menciptakan teknik-teknik yang baru dalam sebuah video iklan. Penggunaan teknik motion graphics sudah tidak asing lagi, namun dengan teknik motion graphics merupakan hal masih jarang digunakan.

Motion graphics adalah sebuah teknik dalam pembuatan animasi yang menggabungkan antara lain gambar, background, audio, dan dubbing. Teknik ini sering digunakan dalam pembuatan iklan karena sebagai penyampaian pesan atau suara kepada masyarakat.

Himalaya souvenir merupakan sebuah jasa pembuatan souvenir yang beralamatkan di Gedongkiwo, Matrijeron, Yogyakarta yang didirikan oleh Purwa Riyadi, membuat jasa sablon souvenir.

Himalaya souvenir memiliki jasa unggulan yaitu sebuah sablon. Perusahaan ini tergolong baru di wilayah Yogyakarta. Oleh karena itu Himalaya membutuhkan suatu media untuk mempromosikan Himalaya souvenir. Saat ini, informasi Himalaya souvenir yang saat ini hanya menggunakan media Facebook untuk mempromosikan iklan produk. Maka Himalaya souvenir mengembangkan iklan yang kreatif dan inovatif yang sebelumnya Himalaya souvenir saat ini belum memiliki alat promosi berupa video dan hanya memiliki media alat promosi berupa foto produk dan teks saja. Sehingga konsumen kesulitan mencari informasi tentang Himalaya souvenir.

Media Facebook saat ini mulai ditinggalkan baik remaja maupun orang

dewasa sudah mulai ditinggalkan. Media tersebut sering digunakan Himalaya souvenir untuk media promosi.facebook menjadi kurang efektif karena hanya menampilkan foto dan teks.

Oleh karena itu,Himalaya souvenir membutuhkan suatu iklan promosi dengan video animasi.sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi tersebut secara rinci dan tahu tentang profil dan jasa sablon Himalaya souvenir.Teknik motion graphic dalam iklan menjadi salah satu teknik yang efektif sebagai iklan animasi. Teknik ini akan menyajikan sebuah profil,produk,kelebihan ,kekurangan, serta lokasi perusahaan, berbentuk sebuah video animasi iklan dengan menggunakan teknik motion graphics, kemudian akan mempromosikan melalui media Instagram sebagai media promosi.semua orang saat ini khususnya remaja,dewasa bahkan orangtua sangat aktif membuka Instagram setiap harinya

Motion graphics pada iklan yang dibuat di Himalaya Souvenir digunakan untuk menjelaskan ilustrasi yang tidak bisa dilakukan secara livenesshoot seperti : cara pesan barang, cara order, dan cara pembatalan barang.

Penulis mengusulkan adanya pembuatan video promosi dengan menggunakan teknik motion graphics dalam memvisualisasi masalah tersebut.Dengan demikian maka informasi dapat disajikan dengan lengkap. Penulis memilih teknik ini dikarenakan kesederhanaan konten video sehingga mudah dipahami oleh penerima informasi.teknik motion graphics ini diterapkan untuk dapat memberikan penjelasan tentang profil dan produk jasa Himalaya souvenir.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis melihat peluang untuk menciptakan suatu media promosi pada himalaya souvenir untuk memperkenalkan kepada publik melalui sebuah vdeo dengan menerapkan teknik motion graphics,yang nantinya video promosi tersebut akan dipublikasikan di media online instagram himalaya souvenir tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan 'Bagaimana pembuatan video promosi Himalaya souvenir menggunakan teknik motion graphics?'

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan pada bab selanjutnya maka memberikan arah agar penulis menyimpang dan memberikan arah yang jelas bagi penulis dalam meneliti permasalahan, maka penulis menentukan batasan masalah sebagai berikut :

1. Iklan ini hanya menampilkan profil dan jasa sablon dari Himalaya Souvenir.
2. Media promosi video ini hanya untuk media elektronik yaitu Instagram.
3. Video iklan ini hanya menggunakan teknik motion graphics video dengan menambahkan animasi, penelitian ini hanya sebatas pembuatan video iklan.
4. Video iklan promosi berdurasi lebih dari 1 menit.
5. Kualitas video iklan promosi 1080x720.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang Akan dicapai dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana computer pada program studi Teknologi Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membuat video iklan ini dapat memaksimalkan peran foto atau gambar dalam memasarkan jasa sablon Himalaya souvenir yang selama ini telah dipasarkan di facebook, whatsapp
3. Memperluas jangkauan dalam memasarkan jasa sablon di media promosi elektronik untuk internet seperti Instagram, Whatsapp, dan Youtube.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat bagi masyarakat khususnya di perusahaan Himalaya Souvenir agar perusahaan tersebut semakin meningkat,serta dapat menjadi acuan bagi orang-orang agar masyarakat tertarik iklan promosi tersebut.

1.6. Metode Penelitian

Metodologi dalam pembuatan animasi iklan dengan metode Motion Graphics di Himalaya souvenir diuraikan sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metodologi dalam pembuatan animasi iklan dengan metode Motion Graphics di Himalaya souvenir diuraikan sebagai berikut :

1.6.1.1 Metode Observasi

Tahap ini mengamati beberapa sebuah filme animasi 2D dijadikan referensi dan mengamati video Film pengamatan video iklan animasi yang dibuat terlihat natural.

1.6.1.2 Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan adalah seorang penulis yang mengambil dari buku-buku perpustakaan atau yang diambil melalui web e-jurnal.

1.6.1.3. Metode Produksi

Ada beberapa hal dalam pembuatan animasi iklan dengan metode Motion Graphics di Himalaya Souvenir meliputi Pra produksi,Produksi,Pasca Produksi

1.6.1.4. Metode Analisis

Metode analisis digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi berkaitan dengan pembuatan video iklan dan teknik yang diterapkan.

1.6.1.5. Metode Kuesioner

Metode kuesioner adalah sebuah pertanyaan untuk pengumpulan data baik secara langsung atau tidak langsung.

1.7 Sistematika Penelitian

Dalam sistematika penulisan berisi tentang yang saya buat diantaranya:

BAB I Pendahuluan

Bab ini dapat menguraikan latar belakang,Rumusan Masalah,Batasan

masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB 2 Landasan Teori

Bab ini berisi tentang menguraikan pembahasan teori yang digunakan dalam penulisan skripsi ini

BAB 3 Bab ini dapat berisi tentang Analisis SWOT

Mengetahui masalah- masalah dalam rangka memaksimalkan kegiatan produksi animasi iklan serta dalam proses pra produksi.

BAB 4 Pembahasan

Bab ini dijelaskan mengenai pembuatan animasi iklan 2 dimensi dari proses produksi dan pasca produksi.

BAB 5 Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan uraian pada Bab – bab sebelumnya.

