

Bab I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Iklan adalah media informasi yang dibuat seseorang, lembaga atau perusahaan yang berisi informasi menarik untuk ditujukan untuk khalayak. biasanya iklan dibuat untuk mendorong / menarik perhatian masyarakat akan sesuatu yang ditawarkan pada iklan tersebut. iklan dapat dipublikasikan secara offline maupun online, biasanya untuk median offline kita dapat melihatnya melalui brosur, koran, majalah, platform, baner, dan untuk online kita dapat melihatnya di internet sebagai iklan video yang biasa kita lihat atau berbentuk video animasi dan lainnya.

Instagram adalah salah satu aplikasi yang dibuat di tengah – tengah perkembangan teknologi dan internet yang semakin pesat. mulai dari orang dewasa hingga anak – anak bahkan suatu instansi menggunakan aplikasi ini sebagai alat untuk menyampaikan informasi atau menerima informasi. dalam perkembangannya instagram dapat menampilkan informasi dalam berbagai bentuk mulai dari tulisan, gambar, hingga video. Hal ini sangat berguna bagi para pengusaha khususnya pengusaha mikro, ataupun pengusaha yang sedang merintis bisnisnya dalam mengenalkan bisnis mereka atau membuat promosi maupun iklan kepada khalayak.

Zalfa fashion adalah sebuah bisnis penjualan baju yang letaknya di jalan turi – solo sleman yogyakarta. Letaknya yang strategis memudahkan orang untuk mengakses toko tersebut. akan tetapi banyak masyarakat yang belum mengenal zalfa fashion sendiri karena kurangnya informasi mengenai toko tersebut. selain itu pada tahun 2020 hingga 2022 awal dunia dilanda pandemic covid – 19 yang mengakibatkan seluruh aspek kehidupan terhambat, termasuk bidang ekonomi dan zalfa fashion ini termasuk salah satu yang terdampak pandemic yang menyebabkan pemasukan mereka cenderung menurun sehingga dibutuhkan media promosi atau

iklan yang menampilkan informasi mengenai toko zalfa fashion bertemakan animasi .

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka diambil Rumusan Masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat iklan animasi yang menarik dan dapat menyampaikan informasi yang baik untuk zalfa fashion ?
2. Langkah – langkah apa saja yang dilakukan untuk membuat iklan zalfa fashion ?

1.3 Batasan masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Durasi video iklan maksimal berdurasi 60 detik.
2. Iklan hanya dibuat animasi motion graphic .
3. Iklan hanya akan ditayangkan di aplikasi Instagram milik zalfa fashion .
4. Perancangan video animasi dibuat menggunakan aplikasi software adobe illustrator, adobe after effect dan Adobe PremierPro.
5. Video animasi dibuat sesuai dengan standar yang dibuat Instagram yaitu 1080 x 608 pixel dengan ekstensi video Mp4.

1.4 Maksud dan tujuan penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Mengimplementasikan cara pembuatan animasi motion graphic dalam pembuatan iklan zalfa fashion .
2. Mengetahui bagaimana membuat iklan yang menarik dan informatif untuk iklan zalfa fashion .
3. Menghasilkan iklan yang dapat mendukung kemajuan zalfa fashion .

1.5 Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penyusunan laporan skripsi ini adalah :

1. Manfaat bagi penulis

- a. Mengetahui bagaimana membuat iklan animasi 2d yang menarik
- b. Mendapatkan ilmu tentang mengiklankan bisnis atau usaha dengan memanfaatkan animasi Motion Graphic
- c. Diharapkan dengan penelitian ini mampu mengimplementasikan ilmu yang didapat selama masa perkuliahan .

2. Manfaat bagi zalfa fashion

- a. Dapat membantu meningkatkan citra bagi zalfa fashion
- b. Dapat membantu zalfa fashion dalam bidang marketing atau promosi sehingga dapat diketahui masyarakat luas .

3. Manfaat bagi akademk

- a. Mempererat hubungan perguruan tinggi dan pebisnis
- b. Penelitian ini menjadikan promosi keberadaan perguruan tinggi di tengah tengah masyarakat.
- c. Mengimplementasikan ilmu dalam pembuatan animasi Motion Graphic

1.6 Metode penelitian

Untuk memperoleh data sebagai bahan penulisan dan penyelesaian skripsi, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1.6.1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk melengkapi data pada penelitian ini adalah :

1. Metode wawancara .

Metode wawancara adalah kegiatan yang dilakukan dalam rangka mengumpulkan data dari yang diperlukan . data yang diperoleh dengan cara melakukan wawancara langsung dengan pemilik zalfa fashion .

2. Metode observasi

Metode observasi adalah aktivitas pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap objek yang sedang diteliti .misal banyaknya populasi pembeli antara anak muda dan dewasa

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data dengan metode survei untuk memperoleh opini responden dengan cara memberikan pertanyaan guna mendapatkan informasi kepada narasumber.

4. Metode perancangan

Tahap ini merupakan penentuan konsep dan visual untuk menggambarkan bagaimana iklan akan dibentuk yang didalamnya terdapat langkah sebagai berikut :

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

1.7 Sistematika penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab I berisi latar belakang masalah , rumusan masalah , Batasan masalah , maksud dan tujuan penelitian , manfaat penelitian , metode penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab II berisi penjelasan mengenai teori – teori yang mendukung mengenai penulisan skripsi .

BAB III Analisis dan Perancangan

Bab III berisi penjelasan analisis serta perancangan iklan dengan Teknik motion graphic .

BAB IV Implementasi dan Pembahasan

Bab IV berisi implementasi serta pembahasan mengenai video iklan yang sudah selesai dibuat apakah sudah sesuai dan sesuai harapan melalui teknik pengujian

BAB V Penutup

bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari serangkaian penelitian yang telah dilakukan .

