

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini sangat cepat sehingga menuntut kita untuk memperoleh informasi secara cepat dan mudah. Dengan adanya internet yang sangat mudah diakses dewasa ini, sosial media semakin menjadi kebutuhan pokok yang mendesak. Beberapa contoh sosial media seperti *Facebook*, *Twitter*, *LINE*, *WhatsApp*, dan *Instagram* begitu populer di kalangan masyarakat. Dengan begitu akan mempermudah seseorang untuk mengakses informasi.

*Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. [1] Aplikasi *Instagram* sudah rilis sejak tahun 2010, namun di Indonesia baru mengalami perkembangan yang pesat sekitar tahun 2017. Selain digunakan untuk berbagi foto dan video pribadi, *Instagram* juga biasa digunakan untuk keperluan promosi bisnis. Banyak penjual yang memanfaatkan *Instagram* sebagai media promosi karena dapat menampilkan barang dagangan mereka secara gratis dan dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Dengan banyaknya fitur di *Instagram* seperti *Instagram Story*, *Instagram TV*, dan *Instagram Feed* para pelaku bisnis dapat dengan mudah menyebarkan foto dan video promosi mereka.

Video *Motion graphics* adalah percabangan dari Seni Desain Grafis yang merupakan penggabungan dari, ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi dengan menggunakan teknik animasi. *Motion graphics* terdiri dari dua kata,

*Motion* yang berarti Gerak dan *Graphic* atau yang sering kita kenal dengan istilah Grafis. Dari asal muasal pengertian dua kata tersebut, bisa dikatakan bahwa *Motion graphics* juga dapat disebut dengan istilah Grafis Gerak. [2]

GETH Cleaning merupakan usaha cuci sepatu yang buka pada tanggal 17 Juni 2019, dan berada di Jalan Poncowinatan No.98 A, RW.001, Cokrodiningratan, Kecamatan Jetis, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Bisnis cuci sepatu berkembang dengan sangat pesat belakangan ini, mengingat banyaknya anak muda yang menggunakan sepatu untuk kegiatan sehari-hari namun tidak memiliki waktu yang cukup untuk mencuci sepatunya sendiri. Dalam mengembangkan bisnisnya GETH Cleaning melakukan promosi seperti pada umumnya, namun promosi yang mereka lakukan masih bersifat manual seperti membagikan brosur, pamflet, dan membagikan beberapa foto promosi di laman *Instagram* mereka. Berikut adalah laman *Instagram* GETH Cleaning yang dapat di lihat pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.2



**Gambar 1. 1** *Instagram* GETH Cleaning

Terdapat beberapa informasi seperti lokasi, testimoni, *pricelist*, promo dan *hotline*.



**Gambar 1. 2 Feed Instagram GETH Cleaning**

Terdapat promosi yang pernah dilakukan oleh GETH Cleaning pada tahun 2019.

Semua bentuk promosi yang dilakukan GETH Cleaning dalam menyampaikan promosinya belum menggunakan media seperti video promosi, hal tersebut karena sang pemilik mencoba meminimalisir biaya pengeluarannya. Video promosi pada umumnya juga memiliki berbagai macam teknik pada segi pembuatannya, sehingga penulis memilih membuat sebuah video promosi dengan teknik *Motion graphics*. Teknik tersebut memiliki keunggulan yang dimana informasi lebih mudah untuk diserap, serta *Motion graphics* dalam animasinya bisa membantu menyederhanakan isi pesan dari sebuah konten untuk membantu menyajikan informasi dengan cara yang menarik dalam menunjukkan informasinya. Masyarakat hingga saat ini juga lebih banyak mendapatkan informasi melalui visual, pada video promosi ini akan ditampilkan sebuah

animasi 2D dengan gabungan elemen bergerak yang berdampak untuk meningkatkan maknanya, kemudian akan ditampilkan juga informasi promo Natal dan Tahun Baru pada GETH Cleaning. Sehingga penelitian ini membuat inovasi dalam bentuk video promosi animasi 2D dengan teknik *Motion graphics*, untuk meningkatkan promosi GETH Cleaning kepada para konsumennya.

### 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis mencoba merumuskan masalah “Bagaimana Membuat Animasi 2D *GETH Cleaning* sebagai Video Promosi dengan Menggunakan Teknik *Motion graphics*?”.

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam Pembuatan Video Animasi 2D “*GETH Cleaning*” sebagai Video Promosi ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian video promosi ini adalah GETH Cleaning.
2. Video promosi ini hanya menggunakan teknik *motion graphics* dengan animasi 2D.
3. Materi video *motion graphics* ini berisi tentang promosi cuci sepatu Natal dan Tahun Baru pada GETH Cleaning.
4. Target durasi dari video ini 43 detik.
5. Pembuatan video promosi ini akan melalui tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
6. Resolusi dari video ini adalah Full HD 1920 x 1920p 30fps dengan *codex* H.264 dan berekstensi \*.mp4.
7. Tahap penelitian berakhir sampai video promosi diunggah di

*Instagram GETH Cleaning.*

8. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *Adobe Illustrator CC 2020, Adobe After Effects CC 2020, dan Adobe Premiere Pro CC 2020.*

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

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah media baru dalam promosi, akan tetapi adapun tujuan yang lain adalah:

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Memvisualisasikan promosi cuci sepatu yang ada pada GETH Cleaning dalam bentuk video.
3. Membantu meningkatkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa cuci sepatu di GETH Cleaning.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1.5.1 Bagi Pihak Objek**

1. Hasil penelitian ini digunakan sebagai salah satu sarana media promosi bagi GETH Cleaning.
2. Membantu membuat sebuah video promosi yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa cuci sepatu di GETH Cleaning.

##### **1.5.2 Bagi Peneliti**

1. Memenuhi persyaratan kurikulum jenjang S1 Universitas

Amikom Yogyakarta.

2. Menerapkan ilmu bidang multimedia yang didapat selama mengikuti pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

## 1.6 Metode Penelitian

Sebagai penunjang keakuratan dalam melakukan penelitian ini, maka penulis mengambil beberapa metode yaitu: [3]

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara dengan manajer dari GETH Cleaning.

2. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari berbagai buku referensi yang berkaitan dengan penelitian.

3. Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti untuk memperoleh data-data yang diperlukan penulis dalam melakukan penelitian.

4. Metode Literatur

Pengambilan data dengan menggunakan literatur yang bisa dipakai, seperti memanfaatkan fasilitas internet, yaitu dengan mengunjungi situs-situs web yang berhubungan dengan pembuatan video promosi iklan dan teknik-teknik yang dipakai.

5. Metode Perancangan

Tahapan-tahapan yang dibutuhkan untuk membuat Video Promosi

ini yaitu :

A. Pra Produksi

1. Ide Cerita
2. *Screenplay*/Naskah Cerita
3. *Character Development*/Pengembangan Karakter
4. *Storyboard & Storyboard Animatic*

B. Produksi

1. *Drawing*
2. *Coloring*/Pewarnaan
3. *Background & Foreground*
4. *Lip-sync*

C. Pasca Produksi

1. *Editing*
2. *Compositing*
3. *Rendering*

6. Metode Kuesioner

Pengumpulan data melalui penyebaran sekumpulan pertanyaan kepada responden, yang butir-butir pertanyaannya berhubungan dengan masalah penelitian dan mempunyai makna, guna menguji hipotesis.

### 1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) yang digunakan untuk menilai kekuatan dan

kelamahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi. [4] Tidak hanya itu, untuk menunjang media yang akan dibuat, penulis juga menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional serta uji kelayakan.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan video promosi ini akan dilakukan dengan menerapkan sistem produksi multimedia, yaitu: [5]

1. Pra Produksi (Tema, Naskah, dan *Storyboard*)
2. Produksi (Pembuatan Gambar, Pembuatan Aset)
3. Pasca Produksi (*Compositing, Editing, Rendering*)

### 1.6.4 Metode Evaluasi

Dalam tahap evaluasi dilakukan pengujian informasi. Apabila ada kesalahan, media akan dibetulkan. Pada tahap evaluasi ini menggunakan metode pengujian dan pembahasan informasi serta teknik yang dapat diterapkan pada video promosi GETH Cleaning, sehingga visualisasi informasi dapat dipahami oleh *audience*.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ialah sebagai berikut:

## BAB I. PENDAHULUAN

Bab pertama berisi tentang gambaran umum penelitian yaitu, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

## BAB II. LANDASAN TEORI



Bab kedua berisi kumpulan teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi.

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

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan, termasuk analisis kebutuhan dan uraian tentang proses perancangan video promosi.

**BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**Bab keempat berisikan tentang tahap produksi, termasuk pengambilan gambar, proses *editing*, *compositing*, *rendering*, *testing*, dan implementasi.

### **BAB V. PENUTUP**

Bab terakhir menjelaskan tentang garis besar atau kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi skripsi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.

### **LAMPIRAN**

Berisi lampiran-lampiran dokumen yang berkaitan dengan penulisan