

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu bentuk perkembangan teknologi dan menjadi suatu trend dalam dunia komputer saat ini adalah Multimedia. Multimedia merupakan gabungan dari beberapa unsur yaitu teks, gambar, suara, video, dan animasi yang bersifat interaktif. Pemanfaatan multimedia ini dapat digunakan sebagai media informasi yang nantinya akan lebih menarik dan mudah dipahami. Banyak perusahaan yang memanfaatkan teknologi multimedia sebagai sarana menyampaikan informasi dan sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Media promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, image, perusahaan, ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Dengan adanya promosi ini diharapkan masyarakat bisa mengetahui, mengakui, memiliki, dan mengikatkan diri pada suatu barang, jasa, produk, image, atau perusahaan yang menjadi sasarannya. Memasarkan sebuah produk berupa barang atau jasa memerlukan suatu usaha promosi, salah-satunya yaitu menggunakan iklan. Kamus Besar Bahasa Indonesia juga menjelaskan bahwa iklan adalah berita atau pesan untuk mendorong,

membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan, pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang didalam media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum. Dengan adanya iklan kita dapat mengetahui sebuah produk barang dan jasa. Iklan dapat ditayangkan di berbagai platform seperti televisi, radio, dan media sosial. Oleh sebab itu Flavor Invitation membutuhkan iklan promosi. Dengan media promosi iklan, perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat, juga produk yang berupa barang atau jasa yang ditawarkan oleh Flavor Invitation dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Flavor Invitation merupakan badan usaha yang melayani jasa percetakan antara lain undangan, kalender, buku tahunan, dan berbagai produk percetakan lainnya bahkan jasa fotografi. Flavor Invitation didirikan oleh Ari Lutfiani, S.Kom pada tahun 2016. Rumah produksi Flavor Invitation berada di Jl Imogiri Timur KM 12 Yogyakarta. Berdasarkan peninjauan yang dilakukan penulis pada objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa saat ini Flavor Invitation masih sedikit yang mengetahui tentang keberadaannya. Flavor Invitation hanya melakukan promosi melalui media sosial saja. Usaha percetakan tersebut telah melakukan berbagai cara untuk memperkenalkan usahanya dan juga produknya, yaitu melalui melalui media cetak dan media sosial. Namun belum ada media informasi yang unik dan menarik sesuai dengan segmentasi usaha tersebut, yang berupa *motion graphic*. J. Krasner (2008) menjelaskan bahwa *motion graphic* merupakan gabungan dari potongan-potongan desain atau animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan film dengan desain grafis

dengan memasukkan sejumlah elemen berbeda seperti objek dua dimensi atau tiga dimensi, animasi, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi dan musik. *Motion graphic* adalah salah satu kategori dalam animasi yang membuat animasi dengan banyak unsur desain dalam tiap komponennya. [1] Penggunaan *motion graphic* pada iklan Flavor Invitation merupakan pilihan yang tepat karena memuat informasi yang mendukung dan menyesuaikan dengan keadaan yang ada pada Flavor Invitation.

Dari permasalahan diatas penulis mengajukan penelitian yaitu merancang sebuah media promosi berupa animasi *motion graphic* yang berjudul "PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN PADA PERCETAKAN FLAVOR INVITATION YOGYAKARTA DENGAN *MOTION GRAPHIC*". Dalam penelitian ini diharapkan mampu menyampaikan informasi tentang Flavor Invitation secara jelas dan menarik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan atau diselesaikan pada penelitian atau perancangan ini : "Bagaimana membuat video iklan sebagai promosi Flavor Invitation menggunakan teknik *motion graphics* ?"

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka batasan masalah yang dilampirkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Objek penelitian media promosi ini adalah Flavor Invitation.
2. Hasil implementasi teknik motion graphic ini akan berbentuk iklan video berdurasi kurang lebih 3 menit.
3. Materi video berisi tentang informasi yang mendukung promosi.
4. Video akan ditayangkan di instagram Flavor Invitation.
5. Pembuatan video iklan ini menggunakan animasi 2 dimensi yaitu teknik motion graphics.
6. Dalam pembuatan video ini menggunakan software Adobe After Effect, Coreldraw.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membantu Flavor Invitation dalam memperkenalkan usahanya, sehingga mampu meningkatkan minat pelanggan untuk menggunakan produk dan jasanya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai media iklan Flavor Invitation.

2. Memperkenalkan Flavor Invitation kepada pelanggan.
3. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang Flavor Invitation

1.6 Metode Penelitian

Pada penyusunan skripsi ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan beberapa langkah yang diambil yaitu:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Menurut Ir. Syofian Siregaer (2013: 42) menjelaskan bahwa metode observasi merupakan kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut. [2]

2. Wawancara

Ir. Syofian Siregaer (2013: 40) juga menjelaskan bahwa metode wawancara yaitu proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara. [2]

Sedangkan menurut Dr. Ajat Rukajat (2018) menjelaskan bahwa wawancara merupakan proses komunikasi antara peneliti dengan sumber data dalam rangka menggali data yang bersifat word view untuk mengungkapkan makna yang terkandung dari masalah-masalah yang diteliti.[3] Metode wawancara juga berfungsi memperoleh informasi maupun data yang diperlukan.

3. Studi Literatur

Studi literatur yaitu metode peneliti mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan penelitian melalui buku, artikel, jurnal ilmiah, laporan penelitian, internet dan berbagai macam sumber lainnya yang saling berkaitan.

4. Metode Kuisloner

Metode kuesioner merupakan sistem pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sekumpulan pertanyaan kepada responden yang berhubungan dengan masalah penelitian untuk menguji hipotesis.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, dan Threats*) yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan, juga peluang dan ancaman terhadap perusahaan Flavor Invitation.

1.6.3 Metode Perancangan

Berdasarkan perancangan yang digunakan peneliti untuk menentukan hasil yang akan dicapai, video iklan tersebut akan dibuat melalui tahapan sebagai berikut :

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi yaitu tahap dimana peneliti melakukan persiapan pembuatan video, yaitu membuat ide dan konsep, membuat naskah serta membuat storyboard.

2. Produksi

Pada tahap produksi peneliti melakukan pembuatan aset dan animasi dengan menerapkan teknik motion graphics sesuai dengan naskah dan storyboard yang telah dibuat.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan salah satu tahap akhir dari proses pembuatan video. Tahap ini dilakukan setelah tahap produksi video selesai dilakukan. Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti compositing dan rendering.

1.6.4 Evaluasi

Pada tahap ini, penulis melakukan sebuah evaluasi dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2013) skala likert merupakan skala yang digunakan

untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang dengan cara mengumpulkan data hasil kuesioner.

1.6.5 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dipahami berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, maka terdapat sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini akan berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari dua bagian yaitu tinjauan pustaka dan landasan teoritis. Bab ini berisi tentang artikel penelitian, jurnal, buku, atau skripsi lain yang berkaitan dengan permasalahan dan menjadi acuan dalam penulisan penelitian dan perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi profil singkat Flavor Invitation, penjelasan ide cerita, naskah, dan storyboard mengenai tahapan pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang proses pembuatan video iklan yang dibuat serta dijelaskan juga tahapan produksi dan tahapan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil dari penelitian. Pada bab penutup ini juga berisi saran dari hasil kesimpulan penelitian kepada pembaca atau calon peneliti yang akan melakukan penelitian dengan teori atau objek yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi tentang sumber-sumber atau rujukan sebagai acuan yang digunakan untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis dan teoritis.

LAMPIRAN