

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin pesat memberikan tantangan tersendiri bagi sebuah perusahaan untuk membuat video promosi dengan ide dan gagasan yang unik serta menimbulkan *feedback* yang positif bagi perusahaan maupun masyarakat. Sebab semakin tinggi tingkat ketertarikan konsumen terhadap video promosi yang dibuat maka akan berbanding lurus dengan ketertarikan konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan sang pembuat iklan tersebut [1].

Agar promosi yang disampaikan diterima dengan baik oleh masyarakat, perusahaan membuat laporan yang didalamnya berisi tentang sejarah, tujuan perusahaan dan informasi penting lainnya yang selanjutnya disebut sebagai *Company Profile*. Banyak teknik yang bisa digunakan untuk membuat *company profile*, salah satunya adalah *motion graphic*. *Motion Graphic* pada dasarnya merupakan gabungan dari potongan-potongan gambar yang berurutan dan dimanipulasi sedemikian rupa sehingga tampak bergerak. Kelebihan dari *motion graphic* yaitu dapat memvisualisasikan suatu objek yang sulit divisualisasikan oleh *live shoot video* [2].

Indonesia merupakan negara penghasil sampah terbesar kedua di dunia setelah China [3]. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyatakan bahwa sampah Indonesia setiap tahunnya mencapai 64 juta kilogram, dan ironisnya hanya 7% yang dapat dikelola dengan baik dan sekitar 8,8 juta ton sampah plastik yang dibuang ke laut dan sungai setiap tahun karena pengelolaan

yang tidak baik. Padahal pemerintah telah menetapkan target pengelolaan 70% timbunan sampah nasional melalui Peraturan Presiden (Perpres) No.97 Tahun 2017 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis, rupanya hal ini tidak berjalan sesuai harapan [4].

Jumlah produksi sampah terus meningkat dan hanya dibantu oleh 12,5% masyarakat yang mengelola sampah dengan baik (BPS, 2017) sehingga diperlukan terobosan untuk meningkatkan besarnya kesadaran masyarakat untuk mengelola sampah sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Matrash merupakan aplikasi yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dengan menghubungkan tempat pembuangan sampah, TPS dan bank sampah sebagai mitra agar sampah yang dihasilkan masyarakat dapat dikelola dengan baik dan dapat meminimalisir pencemaran lingkungan. Aplikasi Matrash dibuat dan dikembangkan menggunakan metode pemikiran desain dan validasi pasar dengan alat Model Bisnis Canvas.

Saat ini fitur aplikasi Matrash berjalan 100% dan telah diuji pasarnya. Karena sejalan dengan poin 12 SDGs, Matrash siap membantu Indonesia menyelesaikan permasalahan lingkungan untuk tujuan pembangunan berkelanjutan. Selain itu, melalui Matrash juga membantu pemulung untuk meningkatkan pendapatan mereka. Matrash masih terbilang sebuah startup baru dan belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Media promosi Matrash berupa video yang dibagikan di kanal Youtube dan saat ini mempunyai 5 *subscriber* dan 1 video yang telah ditonton sebanyak 179 kali ditonton. Sehingga Matrash belum terpublikasi dengan baik dan penyampaian informasi yang kurang optimal, maka dari itu Matrash ingin berinovasi dengan membuat suatu video *company profile*

yang dimaksudkan untuk membuat sebuah media alternative promosi lebih mengenalkan tentang sejarah, tujuan perusahaan dan keunggulan yang ada pada Matrash agar dapat menambah daya tarik masyarakat luas.

Dengan latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "*Perancangan dan Pembuatan Iklan Pada Startup Matrash Yogyakarta dengan Animasi 2D*"

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melakukan pengkajian pada latar belakang masalah yang dihadapi maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut "*Bagaimana Pembuatan Iklan Animasi 2D Sebagai Media Promosi pada Startup Matrash Menggunakan Teknik Motion Graphic Yang layak Dipublikasikan ?*".

1.3 Batasan Masalah

Adapun hal-hal mengenai batasan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Video berdurasi yang ditampilkan ialah 1 menit dengan rincian 40 detik.
2. Video dirancang dengan bentuk 2D animasi.
3. Informasi yang disampaikan mengenai pengenalan startup Matrash.
4. Video menggunakan teknik *motion graphic*.
5. Perangkat lunak atau *software* yang digunakan yaitu Adobe After Effect CC 2015, Adobe Illustrator CC 2015 dan Adobe Audition CC 2015.

6. Format video yang digunakan adalah .mp4 dengan resolusi HD 1920 x 1080 *pixels*.
7. Peneliti hanya membuat sesuai dengan kebutuhan dari pihak Matrash selaku objek penelitian.

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari dilakukannya penelitian dengan judul "*Perancangan dan Pembuatan Iklan Pada Startup Matrash Yogyakarta dengan Animasi 2D*" ini adalah sebagai berikut:

1. Maksud dari penelitian ini ialah membuat video dengan bentuk 2 dimensi yang berguna sebagai sarana publikasi pada startup Matrash.
2. Menerapkan teknik *motion graphic* pada video yang diproduksi sebagai media informasi atau promosi pada startup Matrash.
3. Menerapkan ilmu yang telah didapat selama masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah merancang video berbentuk 2 dimensi yang menggunakan teknik *motion graphic* didalamnya.
2. Membantu objek penelitian yang dalam hal ini adalah startup Matrash dalam memaksimalkan publikasi.
3. Sebagai salah satu syarat wajib yang harus dipenuhi untuk meraih gelar Strata 1 yang ditempuh di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu media yang memperkenalkan startup lokal yaitu Matrash kepada masyarakat umum. Untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan.

1.6.1 Bagi Penulis

1. Dapat menambah pengetahuan sekaligus memperdalam pengetahuan atas teori yang telah diajarkan khususnya yang berkaitan dengan pembuatan video *company profile* dengan Teknik *motion graphic*.
2. Dapat melakukan penyusunan skripsi sebagai syarat untuk meraih gelar Strata 1 dengan jurusan Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.6.2 Bagi Matrash

1. Memperkenalkan startup Matrash kepada masyarakat luas.
2. Mengoptimalkan media publikasi dan promosi.

1.6.3 Bagi Masyarakat Umum

1. Memberi informasi kepada masyarakat dan para *stakeholder* pengelola sampah tentang startup Matrash.

1.6.4 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

1. Dokumentasi karya ilmiah berupa Skripsi, dibidang Multimedia.
2. Referensi bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan karya ilmiah berupa Skripsi.

1.5.5 Bagi Pembaca

1. Sebagai acuan dan pedoman apabila melakukan penelitian dengan topik bahasan yang sama.
2. Menambah ilmu dan wawasan pembaca.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan penelitian ini, antara lain:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan suatu penelitian. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian kali ini sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Kegiatan observasi beragam video - video yang menggunakan teknik *motion graphic* didalamnya, dengan tujuan sebagai bahan referensi yang nantinya akan bermanfaat dalam penelitian, selain itu penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu berupa kelebihan yang diajukan oleh *chief executive officer* dan *digital marketing*.

2. Metode Wawancara

Metode ini digunakan sebagai bagian dari penggalian informasi yang mendukung berjalannya penelitian. Peneliti melakukan tanya jawab langsung kepada *chief executive officer* dan *digital marketing* Matrash yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang startup Matrash untuk memperoleh data yang konkret dan lengkap sebagai bahasan penelitian.

3. Metode Perpustakaan

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai media seperti internet, jurnal, skripsi dan buku-buku yang berkaitan dengan tema penelitian sebagai bahan referensi dan panduan untuk membuat video promosi yang menggunakan teknik *motion graphic* didalamnya.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengevaluasi kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman pada startup Matrash dalam pembuatan *video company profile* sehingga dapat dilakukan perbaikan-perbaikan serta membahas kebutuhan *software* dan *hardware* yang digunakan dalam penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

Secara umum dikenal 5 tahapan dalam produksi konten kreatif yaitu *development*, pra produksi, produksi, dan pasca produksi [5]. Tahap ini merupakan gambaran bagaimana video dibentuk sesuai dengan rancangan yang telah dibuat meliputi ide konsep hingga pembuatan *storyboard*.

1.6.4 Metode Implementasi

Tahapan ini berisi tentang penerapan secara nyata yang didalamnya mencakup semua proses yang dibutuhkan dalam pembuatan video promosi. Hal pertama yang harus dikerjakan ialah pembuatan ide cerita, perancangan konsep, pembuatan naskah, *design* karakter serta merancang *storyboard*.

1.6.5 Metode Testing

Pada metode ini penulis melakukan tahapan pengujian terhadap video company profile dengan Teknik motion graphic pada startup Matrash yang telah dibuat. Pengujian menggunakan skala likert dengan cara menyebarkan kuisioner yang diberikan kepada masyarakat, akademisi dan staff Matrash guna untuk mengetahui kelayakan pada video company profile.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode yang dipilih dalam penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori yang terdiri dari pengertian maupun definisi yang dikutip baik dari jurnal maupun buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Analisis kelayakan video promosi yang dibuat serta penjelasan tentang *storyboard* dan analisis pra produksi dibahas pada bab ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini langkah produksi hingga tahap pasca produksi untuk pembuatan video promosi diuraikan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan serta saran dari permasalahan yang menjadi topik pengerjaan skripsi ini.

