

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan akan iklan dan promosi kini semakin meningkat dengan semakin banyaknya media untuk menyalurkannya salah satunya adalah Video Kampanye/Video Promosi isinya tidak selalu harus tentang penjualan produk, bisa juga opini atau saran yang ingin dibagikan dengan lebih luas. Salah satunya isi pikiran, kali ini penulis akan merancang sebuah Video Kampanye bertema Industri Kreatif yang berisikan tentang isi pikiran dan saran yang ingin disampaikan oleh klien seorang aktor yang cukup lama malang-melintang di industri perfilman Indonesia yaitu Fedi Nuril yang ingin berbagi opininya kepada para calon hadirin.

Industri kreatif di Indonesia semakin berkembang setiap tahunnya. Berdasarkan data dari laporan OPUS Ekonomi Kreatif 2020, subsektor ekraf berkontribusi sebesar Rp1.211 triliun kepada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Angka tersebut merupakan peningkatan dari tahun 2019 yang berkontribusi sebesar Rp1.105 triliun. Dari data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan industri kreatif di Indonesia telah meningkat pesat dan semakin dapat bersaing dan berinovasi dengan negara lain, Angka tersebut juga menunjukkan bahwa semakin banyak penggiatnya untuk itu diperlukan sebuah campaign tentang industri kreatif yang ditujukan kepada calon penggiat maupun pemula di industri kreatif agar tidak salah mengambil keputusan [1].

Kampanye adalah perilaku komunikasi yang terorganisir yang ditujukan kepada khalayak tertentu dan dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan tertentu [2].

Motion Graphic merupakan gabungan dari potongan-potongan gambar yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain graphic. Motion graphic dapat dicapai dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti 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 [3].

Pada Penelitian ini penulis membuat sebuah Video Kampanye yang berisikan tentang opini yang ingin dibagikan oleh klien dengan dibalut menggunakan teknik motion graphic dengan harapan dapat membantu penyampaian agar dapat lebih mudah dipahami oleh calon hadirin. Dengan harapan para calon hadirin nanti dapat mencapai kesimpulan dari opini yang disampaikan oleh narasumber nantinya.

Dari konsep diatas penulis menggunakan metode Motion Graphic, dikarenakan Motion Graphic dapat menjadi sarana penyampaian yang ekspresif dan lebih mudah dipahami karena memiliki visualisasi yang cukup menarik.

Dari uraian latar belakang tersebut maka penulis memilih teknik ini dalam memvisualisasikan opini narasumber kedalam sebuah video kampanye “How to Become Creative Industry Artist” dengan teknik Motion Graphics sebagai dasar penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis merumuskan permasalahan untuk penelitian : “bagaimana merancang video kampanye “How to be Creative industry Artist” dengan mengimplementasikan teknik Motion Grafik”

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan tugas akhir ini penulis membatasi pembahasan pada:

1. Pembuatan video ini menggunakan software Adobe Photoshop 2020, Adobe After Effects 2022, Adobe Media Encoder 2022, Paint Tool SAI, dan Animate
2. Video ini hanya membahas tentang bagaimana menjadi seniman di industri kreatif dan keresahan seniman industri kreatif di era modern.
3. Video ini sebatas media edukasi untuk para seniman ataupun calon seniman di industri kreatif.
4. Video ini menjadi media penyampaian opini yang ingin dibagikan oleh klien/narasumber.

1.4 Tujuan Penelitian

Terciptanya sebuah video kampanye yang dapat menjadi media pencapaian untuk opini yang menarik dan mudah dipahami oleh hadirin.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari pembuatan video ini adalah :

1. Bagi Penulis :
Manfaat bagi penulis adalah dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama kuliah dalam masalah yang ditemui dilapangan khususnya dalam pengimplementasian motion graphic dan animasi 2D dalam video edukasi.
2. Manfaat Bagi AMIKOM :
Para peneliti dari Universitas Amikom Yogyakarta di masa yang akan datang dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi dan tinjauan pustaka untuk meningkatkan penelitian yang mereka buat selanjutnya.
3. Bagi Pembaca
Menjadi sumbangan mengenai pengimplementasian video motion graphic sebagai media edukasi, dan sebagai bahan refrensi bagi pembaca jika akan membuat topik yang sama.
4. Bagi Klien :
Menjadi media penyampaian opini yang efektif, menarik, dan mudah dipahami.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam merancang dan menyusun Tugas Akhir adalah :

1. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap Video Motion Graphic yang mempunyai ciri dan karakteristik yang serupa.

2. Metode Kepustakaan

Metode dari hasil mengumpulkan data-data buku mengenai teknik frame by frame dalam pembuatan animasi 2D yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

3. Wawancara

Metode pengumpulan data melalui tanya jawab secara langsung dengan pihak seniman industri kreatif sebagai narasumber.

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 film kartun ini dan teknik dari cara pembuatannya.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai Latar belakang, Rumusan masalah, Batasan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Metode penelitian dan Sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka, teori tentang pengertian Video Kampanye, animasi, Teknik Motion graphic, dan analisa kebutuhan system dalam pembuatan animasi.

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum, analisa kebutuhan system dan proses pra-produksi dalam implementasi Motion Graphic kedalam Video Kampanye.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil dan proses pembuatan video kampanye dengan pengimplementasian teknik Motion Graphic . Dari proses produksi (konsep karakter, animasi, dan background), pasca produksi (compositing, editing, rendering), dan tahap pembahasan (mengenai kebutuhan fungsional dan storytelling).

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan penutup dari penyusunan penelitian yang didalamnya terdapat kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

