

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Begitu banyak konten yang tersebar di internet menuntut para pelaku bisnis untuk semakin kreatif dan inovatif. Dengan hanya mengandalkan text, foto dan design flyer info yang di dapatkan oleh konsumen hanya terbatas dalam satu slide gambar saja. Sehingga konsumen kurang mendapatkan detail informasi secara penuh dalam satu gambar saja.

Maka dibutuhkanlah peran multimedia sebagai media promosi berupa video iklan animasi 2 dimensi. Dengan dibuatnya iklan yang ber unsur dari multimedia akan membantu mempertajam pesan yang ingin disampaikan, karena multimedia tidak hanya menyediakan lebih banyak teks dalam menyampaikan pesan melainkan juga menghidupkan teks dengan menyertakan bunyi, gambar, audio, animasi dan video dan kelebihan multimedia adalah menarik indera serta menarik minat, karena multimedia merupakan gabungan antara pandangan, suara dan gerakan.[1]

Oleh karena itu multimedia digunakan sebagai salah satu media promosi dalam sebuah bisnis atau perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau calon pembeli tentang produk bisnis tersebut. Penelitian ini bertujuan memvisualisasikan produk yang terlalu teknis dan abstrak ke dalam bentuk yang informatif dan mudah dimengerti. Studi kasus yang diambil adalah perusahaan *PT Semua Aplikasi Indonesia (Varx)* yang memiliki salah satu produk aplikasi management sekolah online *Pasti Sekolah*. Aplikasi yang rilis di bulan Juni 2021 ini berbasis *Website* dan *Mobile Phone (iOS dan Android)*. Mulai dari guru, siswa, dan wali murid cukup menggunakan satu aplikasi *Pasti Sekolah*. Dengan

fitur utamanya yaitu E-Learning aplikasi ini mengakomodir kebutuhan siswa dan guru dalam melakukan pembelajaran secara daring. Mulai dari presensi siswa, bank soal dan materi, *Auto similarity* pada koresi soal secara otomatis menggunakan *artificial intelligence*, *Video Convergence*, *Chat* dan Pembayaran. Untuk wali murid juga dapat mengakses aplikasi ini, Wali murid dapat melakukan pengecekan Aktivitas Siswa, Statistik Nilai, Pembayaran dan tagihan siswa, dan melakukan pertanyaan melalui aplikasi.

Video iklan ini di sajikan dalam bentuk video iklan yang akan dibuat dengan durasi 2 menit, hal ini dikarenakan muatan materi yang harus di tampilkan di dalam video iklan ini sangat padat dan harus berurutan sesuai dengan penggunaan aplikasinya. Video Iklan ini digunakan sebagai materi presentasi produk kepada calon pelanggan *Pasti Sekolah*. Publikasi hanya dilakukan secara privat melalui presentasi dari team sales PT Semua Aplikasi Indonesia kepada calon-calon pelanggan. Segmentasi untuk aplikasi ini dikhususkan untuk Seluruh SMP dan SMA di kota Yogyakarta. Dengan konsep bisnis *Business to Business* (B2B) dan dapat di lakukan penggantian merek (*white labeling*) sesuai nama sekolah masing-masing menjadikan aplikasi ini memiliki segmentasi khusus di bidang pendidikan khususnya SMP dan SMA di seluruh Yogyakarta.

PT Semua Aplikasi Indonesia (Varx) dengan produk aplikasinya yaitu *Pasti Sekolah* ingin terus memberikan sebuah pelayanan penyampaian informasi yang informatif, baik kepada audience atau calon konsumen, sehingga calon konsumen akan lebih mudah mengetahui informasi tentang Aplikasi *Pasti Sekolah* yang dibuat oleh Varx. Salah satunya menggunakan video animasi 2 dimensi, karena animasi dapat dikatakan sebagai stimulus afektif yang dapat menghasilkan

respon positif pada konsumen.[2] Tujuan dibuatnya video iklan sebagai materi presentasi didasari tingkat ketertarikan audience atau calon pelanggan terhadap presentasi *document product brief* dirasa terlalu teknis dimata konsumen, permintaan team sales dan marketing PT Semua Aplikasi Indonesia juga memberikan permintaan agar konten materi presentasi produk aplikasi pasti sekolah dibuat lebih informatif secara visual. Akhirnya peneliti memberikan solusi dengan pembuatan video iklan animasi yang lebih informatif, karena gerak dapat memengaruhi pemrosesan kognitif manusia dan meningkatkan perhatian pemirsa terhadap iklan.[3] dan animasi dalam periklanan adalah alat periklanan yang efektif yang memiliki implikasi dalam setiap dimensi pembentukan sikap seperti kognisi, afeksi dan konasi.[2]

Dengan ini peneliti akan membuat video iklan pada Aplikasi Pasti Sekolah yang berbentuk video animasi 2 dimensi dengan durasi dua menit. Pembuatan iklan ini dibuat dengan menampilkan pesan yang informatif, oleh karena itu Video akan dibuat menggunakan teknik *motion graphic*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, dengan ini peneliti merumuskan masalah yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana Membuat Animasi Aplikasi *Pasti Sekolah* sebagai Video Iklan dengan Menggunakan *Teknik Motion graphics*?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan – batasan sebuah masalah yang akan di teliti agar penelitian tidak menyimpang dan mencapai tujuan yang diinginkan, dengan ini peneliti merumuskan beberapa batasan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Video iklan Aplikasi Pasti Sekolah berdurasi 2 menit.
2. Penelitian di lakukan di PT Semua Aplikasi Indonesia (Varx)
3. Animasi berbentuk 2D atau 2 Dimensi
4. Animasi hanya Menggunakan Teknik *motion graphic*.
5. Pembahasan hanya berupa teknik pembuatan video.
6. Format File Video H.264 dengan Preset FHD 1080p24.
7. Sasaran promosi memiliki segmentasi khusus (tidak untuk umum) yaitu SMP dan SMA di Yogyakarta.
8. Software yang digunakan adalah Adobe Illustrator CC 2020, Adobe Aftereffect CC 2020.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat video iklan sebagai media promosi dan informasi produk sebagai bahan presentasi Sales PT. Semua Aplikasi Indonesia.
2. Membuat Video iklan yang informatif.
3. Menerapkan Teknik *motion graphic* dalam pembuatan video iklan pada aplikasi *Pasti Sekolah*

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini dapat dirasakan oleh dua pihak yaitu bagi peneliti dan bagi objek penelitian, manfaat tersebut adalah:

1. Manfaat bagi peneliti :

- a. Dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan Pendidikan Strata-1 jurusan Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
- b. Menambah pengalaman dalam membuat sebuah video iklan promosi 2 Dimensi.
- c. Dapat menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.

2. Manfaat bagi objek penelitian :

- a. Mempunyai sebuah video iklan sebagai media promosi baru dan dapat digunakan berulang kali atau digunakan pada media lain.
- b. Dengan dibuatnya video iklan ini diharapkan dapat memikat penonton atau calon konsumen sehingga tertarik dengan Aplikasi *Pasti Sekolah* dan semoga bisa menambah konsumen.
- c. Lebih dikenal dengan mudah oleh calon konsumen.
- d. Bahan presentasi sales PT Semua Aplikasi Indonesia untuk menjelaskan produk ke calon konsumen.

1.6 Metode Penelitian

Jenis metode penelitian yang dipilih adalah deskriptif analisis, dengan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pembuatan skripsi ini penulis memerlukan data yang lengkap dan benar. Penulis mengharapkan dengan adanya data yang lengkap dapat membantu dalam penyusunan skripsi ini dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk pembuatan skripsi agar tercapai dengan hasil yang diinginkan.

Beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data, antara lain :

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung datang ke PT Semua Aplikasi Indonesia oleh penulis untuk mengumpulkan data secara lengkap, tepat dan akurat.

2. Metode Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi dengan cara bertanya atau mewawancarai langsung kepada Karyawan di divisi Marketing dan Sales serta CEO dari PT Semua Aplikasi Indonesia.

3. Metode Literatur

Metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku dan situs-situs internet yang mendukung dan menunjang dalam pembuatan Skripsi, dengan mencari data yang dibutuhkan penulis dan memiliki kaitan dengan pembuatan film animasi.

4. Metode Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan menggunakan studi pustaka ini dimaksudkan untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan mengacu pada buku atau media yang ada, yang berisi informasi tentang film animasi dan hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas penulis dalam skripsi ini.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui keuntungan dan kekurangan dalam membuat animasi. Dengan 7 membandingkan antara unsur kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman. Sehingga animasi ini dapat berguna secara optimal.

1.6.3 Metode Perancangan

Merupakan tahapan perencanaan. Dalam pembuatan film animasi, hal ini meliputi perencanaan konsep, desain karakter dan hal-hal lain yang patut untuk direncanakan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan penulis akan memuat uraian secara garis besar dari isi skripsi dalam tiap bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data, sistematika penulisan dan jadwal pelaksanaan kegiatan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan menguraikan tentang tinjauan pustaka, pengertian animasi, teknik pembuatan animasi, peralatan dasar pembuatan film animasi, pewarnaan, tahapan film animasi, video edukasi, dan materi pergaulan bebas. **BAB**

III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum, analisa kebutuhan dan proses pra-produksi dalam pembuatan animasi 2D.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil dan proses pembuatan film animasi 2D dengan teknik frame by frame. Dari proses produksi (konsep, karakter, animasi, dan background), pasca produksi (*compositing, editing, rendering*), dan tahap pembahasan (mengenai kebutuhan fungsional dan testing).

BAB V PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian akhir dari laporan penelitian ini berisi tentang sumber referensi yang menjadi ide-ide dasar atau teori dari para ahli atau penelitian terdahulu yang diterapkan oleh penulis untuk membuat penelitian ini.