

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi sangat berpengaruh untuk media promosi di media sosial, sangat cocok digunakan sebagai media promosi. Menurut Hootsuite Indonesia Digital Report 2020 yang merupakan situs layanan manajemen konten serta menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial Instagram pada tahun 2020 ini, Hootsuite mengeluarkan data dan tren tentang internet serta media sosial. Pengguna internet tahun 2020 di Indonesia sebanyak 175,4 juta dan pengguna Instagram di tahun 2020 sebanyak 63 juta jiwa [1].

Pegadaian Area Yogyakarta adalah lembaga yang bergerak untuk melayani masyarakat kota Yogyakarta dalam menggadai, menabung, dan berinvestasi. Untuk menghadapi perkembangan sektor perekonomian di masa mendatang, Pegadaian Area Yogyakarta perlu didukung kinerja yang baik. Pihak Pegadaian Area Yogyakarta menargetkan untuk meningkatkan mutu periklanan di masa mendatang.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, pihak Pegadaian Area Yogyakarta ingin memiliki video iklan yang memuat informasi terkait layanan produk pegadaian dari Aplikasi Pegadaian Digital yang video iklannya tidak direkam atau tidak di *live shotkan*. Namun dari pihak Pegadaian Area Yogyakarta tidak memiliki personil bagian praktisi multimedia untuk membuat video iklan berupa animasi yang menarik dan informatif.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti akan membuat video iklan layanan produk animasi 2D menggunakan teknik *motion graphic*. Penggunaan teknik *motion graphic* sangat cocok dalam pembuatan video iklan, karena biaya yang relatif murah dan interaktif serta terkesan menarik karena tidak memuat terlalu banyak text, melainkan campuran gambar, warna, suara, dan *motion*. Diharapkan dengan adanya pembuatan video iklan ini dapat memberikan informasi kepada audiens serta dapat mempromosikan produk dan layanan yang terdapat di Pegadaian Area Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah yaitu: “Bagaimana membuat video iklan layanan produk animasi 2D pada “Pegadaian Area Yogyakarta” dengan teknik motion graphic sebagai media promosi?”

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan video iklan ini dapat sasaran dan tujuan yang diharapkan, maka batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pembuatan video iklan ini sebagai sarana untuk membantu mempromosikan layanan dan produk Pegadaian Area Yogyakarta.
2. Video iklan ini merupakan animasi 2D *motion graphic*.
3. Software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah Adobe After Effect CC 2018, Adobe Illustrator CC 2018, Adobe Media Encoder CC 2018.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang dapat dicapai dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat video iklan layanan produk animasi 2D pada “Pegadaian Area Yogyakarta” dengan teknik *motion graphic*.
2. Sebagai salah satu media untuk promosi layanan dan produk di “Pegadaian Area Yogyakarta”

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya dapat memperluas wawasan dan memperoleh pengetahuan mengenai pembuatan video iklan layanan produk animasi 2D dan diharapkan sebagai pengetahuan pembelajaran di bangku perkuliahan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan mengenai pembuatan video iklan layanan produk animasi 2D pada Pegadaian Area Yogyakarta sebagai media promosi.

- b. Bagi Pegadaian Area Yogyakarta penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai media penyampaian informasi produk yang lebih inovatif dan menarik.

1.6 Metodologi Penelitian

Sebagai keakuratan penulis dalam melakukan penelitian ini, maka metodologi penelitian adalah sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akurat sangat diperlukan untuk penyusunan penelitian ini, adapun beberapa metode penelitian yang digunakan sebagai berikut:

1. Metode Kepustakaan

Metode dari hasil mengumpulkan data buku mengenai teknik motion graphic dalam pembuatan video iklan dan terkait permasalahan yang dibahas pada penelitian ini.

2. Metode Wawancara

Metode dari hasil mengumpulkan data wawancara mengenai tentang layanan dan produk dari "Pegadaian Area Yogyakarta".

3. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan di "Pegadaian Area Yogyakarta" mengenai layanan dan produk.

1.6.2 Metode Analisis

Menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan sistem terdiri dari kebutuhan fungsional, non fungsional, kebutuhan perangkat lunak dan keras.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan meliputi Pra Produksi (Ide cerita, tema, rancangan naskah video iklan, rancangan *storyboard*)

1.6.4 Metode Pengembangan

Meliputi Produksi (pembuatan aset dan dubbing atau VO) dan Pasca Produksi (*Editing, compositing, Rendering*)

1.6.5 Metode Testing

Menggunakan *Alpha testing* dan *Beta testing*

1.7 Sistematika Penulisan

Pada penyusunan penelitian ini agar bisa lebih terstruktur dan terarah, maka sistem penulisan dibuat dalam beberapa uraian bab-bab sebagai berikut:

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 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka, teori tentang multimedia, media promosi, serta teori tentang pengertian teknik motion graphic dalam pembuatan video iklan.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai analisis dan perancangan pembuatan video iklan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai proses dan hasil pembuatan video iklan.

BAB V : PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN