

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dengan pesatnya kemajuan teknologi sekarang ini telah muncul aneka berbagai animasi 3 dimensi yang menjadi daya tarik banyak orang, baik dari kalangan anak kecil, remaja sampai dewasa. Selain menikmati gambar atau interface yang disajikan beserta alur ceritanya, gerakan animasi yang terjadi diluar nalar manusia dan visual effect yang disajikan pada animasi tersebut.

Pengembangan audio visual di jaman modern ini semakin beragam, salah satunya adalah teknik motion graphic yang merupakan bentuk dari desain grafis. Kontesnya adalah infografis yang didesain bergerak seperti yang ada pada media audio visual berupa film, video dan animasi computer. Text ataupun tipografi dan grafis termasuk dalam motion grafis yang biasa dilihat dalam titles untuk film, opening program televisi, bumper dan elemen-elemen grafis yang uncul di layar kaca. Istilah lain motion graphic adalah animasi. Secara umum animasi berarti menghidupkan urutan still image atau teknik memfilmkan susunan gambar atau model untuk menciptakan rangkaian gerak ilusi. Jadi animasi itu dibentuk dari model-model yang dibuat secara grafis yang kemudian digerakan. Motion graphic disebut dengan gambar bergerak karena dalam proses pembuatannya digunakan banyak gambar yang berurutan dan dimanipulasi sedemikian rupa tampak seolah-olah gambar tersebut dapat bergerak.

Penerapan teknik motion graphic dalam sebuah iklan menjadi daya tarik tersendiri, teknik tersebut merupakan tipe animasi yang menampilkan tulisan dan

grafik. Dengan menerapkan pada iklan tersebut diharapkan mampu untuk menarik minat konsumen. Pembuatan iklan sangat diperlukannya teknik tersendiri dalam penyajiannya, salah satunya dengan menerapkan teknik motion graphic. Penerapan teknik motion graphic yang dipadukan dengan 3D animasi memerlukan ketepatan dalam melakukan pembuatan iklan tersebut. Teknik motion graphic 3D ini diterapkan untuk dapat memberikan penjelasan tentang produk yang akan di promosikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, dalam penelitian dan pembuatan skripsi ini penulis mengambil judul Penerapan Teknik Motion Graphic dengan Software 3D Studio Max pada Iklan Club Sehat Harmonis di Purbalingga.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut "Bagaimana mendesain, merancang, penggabungan Motion Graphic dan 3D kedalam bentuk animasi untuk Iklan Club Sehat Harmonis di Purbalingga.

### **1.3. Batasan Masalah**

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Proses pembuatan objek iklan pada animasi.
2. Animasi / menggerakkan objek iklan agar menjadi sebuah makna atau tujuan dari iklan tersebut.
3. Penerapan teknik motion graphic yang akan dibuat.
4. Pembuatan iklan motion graphic 3D

5. Durasi Iklan 30 detik.
6. Tidak untuk mengatasi permasalahan pada objek, tetapi untuk teknik penggabungan motion graphic dan objek 3D yang dikemas menjadi sebuah iklan

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah terwujudnya iklan bagi Club Sehat Harmonis yang lebih inovatif dengan menerapkan motion graphic didalamnya, adapun tujuan lainnya adalah sebagai berikut:

1. Sebagai syarat kelulusan untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Strata I Jurusan Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Menambah keterampilan dalam pembuatan iklan, videografi dan sinematografi yang dipadukan dengan menerapkan motion graphic di dalamnya.
3. Mengembangkan dan menambah ilmu tentang perancangan teknik motion graphic menjadi iklan 3D televisi.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1. Bagi Penulis**

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Menambah pengalaman dalam bidang pembuatan iklan.
2. Menambah ilmu dalam bidang editing.
3. Mendapatkan ilmu baru yang tidak diajarkan di kuliah formal.

### **1.5.2. Bagi Club Sehat Harmonis**

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat bagi objek yaitu Club Sehat Harmonis. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendapatkan iklan baru.
2. Membantu kegiatan promosi Club Sehat Harmonis.

### **1.5.3. Bagi Animator**

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat bagi animator. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Sebagai bahan acuan untuk menjadikan iklan animasi yang lebih baik
2. Sebagai bentuk referensi objek bagi para animator.
3. Sebagai bahan penelitian iklan bagi para animator.

### **1.5.4. Bagi UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta**

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kampus tercinta UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai referensi Produk Iklan untuk Mahasiswa yang akan melakukan penelitian dalam bidang multimedia khususnya iklan televisi.
2. Sebagai koleksi karya Mahasiswa dalam bidang industry multimedia.

## **1.6. Metode Penelitian**

Pengumpulan data sangatlah penting dalam penyusunan skripsi ini. Pengumpulan informasi dan data harus akurat dan sesuai dengan judul yang penulis angkat sebagai skripsi ini. Dalam pembuatan skripsi ini penulis menerapkan pengambilan data sebagai berikut:

### **1.6.1. Pengumpulan Data**

Metode pengambilan data dengan interview akan membantu penulis untuk mengumpulkan data. Interview merupakan cara pengambilan data dengan melakukan wawancara untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Dalam hal ini penulis akan mengadakan wawancara langsung dengan pihak Club Sehat Harmonis.

### **1.6.2. Analists Kebutuhan**

Tahap analisis diperlukan dalam mencakup pekerjaan penentuan kebutuhan yang harus dipenuhi dalam suatu produk baru atau perubahan produk.

### **1.6.3. Perancangan**

Tahap pembuatan Ide atau konsep yang nantinya akan menjadi sebuah naskah atau storyboard dalam iklan tersebut.

### **1.6.4. Produksi**

Tahap periode iklan diproduksi secara komersial, tahapan ini meliputi kegiatan pembuatan iklan, perekaman suara, pengaturan cahaya dan sebagainya.

### **1.6.5. Testing**

Proses membandingkan dua iklan satu sama lain, perbedaan antara keduanya, dan melihat yang mana yang mendapatkan hasil terbaik dengan variasi iklan yang baru.

### **1.6.6. Evaluasi**

Tahap menentukan nilai untuk suatu hal atau objek yang berdasarkan pada acuan kebutuhan tertentu untuk menentukan apakah iklan tersebut layak untuk ditayangkan. Acuan layak atau tidak ditayangkan melihat kebutuhan iklan.



## 1.7. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menerapkan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang pengantar dari tema judul skripsi penulis. Berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

### **BAB II Landasan Teori**

Bab ini menjelaskan tentang iklan dan pembuatannya. Menampilkan teori tentang motion graphic dan tahap-tahap dalam pembuatan iklan serta software yang nantinya akan digunakan dalam teknik motion graphic menjadi sebuah iklan televisi.

### **BAB III Analisis dan Perancangan**

Bab ini menguraikan tentang perancangan iklan dari objek yang dibuat yang kemudian dimasukkan kedalam proyek pembuatan iklan animasi 3 dimensi, dan menganalisis kebutuhan dan kelayakan dari iklan animasi 3 dimensi.

### **BAB IV Implementasi dan Pembahasan**

Bab ini berisi tentang rancangan iklan yang dibuat, tahapan pembuatan iklan animasi 3D, proses compositing, editing dan rendering, serta uji coba dari animasi iklan.

### **BAB V Penutup**

Pada akhir bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.