

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Untuk dapat bersaing dalam perkembangan industri digital yang semakin maju diperlukan kreativitas baru dalam pembuatan konten media promosi agar konsumen lebih tertarik dengan produk yang ditawarkan, media promosi menjadi salah satu daya tarik untuk memperkenalkan dan memasarkan produk maupun jasa melalui media periklanan digital. Salah satunya adalah Adlan Muslim Indonesia. Didirikan pada bulan oktober 2016. Adlan Muslim Indonesia mulai memproduksi kaos islami dengan tema quotes islami, namun sejak tahun 2017 beralih ke tema nama-nama sahabat nabi dan tokoh islam.

Adlan Muslim Indonesia menggunakan pola promosi dengan menampilkan foto produk dan sesekali menampilkan desain gambar sahabat nabi sebagai pendukung media promosi lainnya yang diaplikasikan melalui media sosial instagram dan line serta melakukan rekrutmen *reseller* tiap bulannya, hingga sekarang memiliki hampir 500 *reseller* untuk membantu proses promosi, namun metode promosi tersebut juga banyak dilakukan oleh produsen kaos sejenis lainnya, sehingga membuat konsumen cenderung bosan melihatnya dan sulit menentukan pilihan. Sehingga berimbas pada menurunnya minat konsumen terhadap produk Adlan Muslim Indonesia. Untuk menanggulangi hal tersebut, Adlan Muslim Indonesia berkeinginan membuat media promosi baru menggunakan video animasi 2D dengan Teknik *Parallax* untuk menceritakan kisah-kisah dari para sahabat nabi dengan tampilan desain yang dikemas secara kreatif dan atraktif serta ditambahkan

suara untuk memperjelas isi dari cerita yang akan disampaikan. Dalam penelitian skripsi ini penulis mengambil contoh dari Kisah Salahudin Al Ayubi salah satu produk kaos yang diproduksi oleh Adlan Muslim Indonesia, serta terinspirasi dari beberapa video di youtube yang menggunakan teknik *parallax* sebagai dasar pembuatan animasi. Ada beberapa referensi untuk video ini seperti “Muhammad Al-Fatih Angkat 70 Kapal Lewati Gunung!, The Parallax Effect, dan Jasa Pembuatan Video Animasi Promosi”. Yang diharapkan hasil analisa dari penelitian ini nantinya dapat membantu meningkatkan kembali minat konsumen terhadap produk Adlan Muslim Indonesia.

Maka berdasarkan masalah tersebut, penulis mencoba untuk menganalisa permasalahan diatas dengan membuat sebuah penelitian berjudul “Analisis Pembuatan Video Animasi 2D dengan Teknik Parallax Kisah Salahudin Al Ayubi Sebagai Media Promosi pada Adlan Muslim Indonesia”. Video animasi 2D yang menerapkan teknik *parallax* pada penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat sebagai pendukung media promosi baru bagi Adlan Muslim Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dijadikan dasar dalam penyusunan penelitian ini, yaitu : “Bagaimana cara menganalisa pembuatan video animasi 2D sebagai media promosi pada Adlan Muslim Indonesia dengan menggunakan teknik *parallax*?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Teknik pembuatan video animasi 2D menggunakan teknik *parallax*.
2. Format video adalah mp4 dengan resolusi Full HD 1080p.
3. Video promosi Kisah Salahudin Al Ayubi berdurasi 2 menit 8 detik.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk :

1. Menganalisa dampak pembuatan video animasi 2D dengan mengangkat Kisah Salahudin Al Ayubi sebagai media promosi untuk mengenalkan produk yang ada di “Adlan Muslim Indonesia” kepada masyarakat umum.
2. Mengetahui proses pembuatan video promosi untuk “Adlan Muslim Indonesia” dengan teknik *parallax* menggunakan Adobe After Effects.
3. Sebagai persyaratan mencapai gelar Sarjana pada jenjang Program Strata 1 di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain :

1.5.1 Bagi Penulis

1. Sebagai sarana pembelajaran bagi penulis dalam membuat sebuah media promosi dalam bentuk video animasi 2D.
2. Mampu mengimplementasikan suatu ide kreatif atau gagasan kedalam bentuk karya nyata.

3. Sebagai salah satu tambahan portofolio untuk bekerja di sebuah instansi setelah lulus dari Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Bagi Adlan Muslim Indonesia

1. Memiliki alternatif baru dalam menganalisa media promosi dalam bentuk video animasi 2D untuk mengenalkan, mengedukasi dan mempromosikan produk Adlan Muslim Indonesia.
2. Sebagai aset bagi Adlan Muslim Indonesia yang dapat digunakan di berbagai *media*, acara *formal* maupun *non formal* serta disebarakan kepada para *reseller* agar dapat memperluas pemasaran terhadap masyarakat di indonesia.
3. Sebagai referensi ketika bidang *marketing* ingin membuat media promosi dalam bentuk lainnya.

1.5.3 Bagi Masyarakat

1. Diharapkan supaya memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dalam membuat video promosi.
2. Diharapkan masyarakat di Indonesia dapat mengenal dan mengetahui informasi tentang Adlan Muslim Indonesia.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam penyusunan Skripsi ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh pengumpulan data yang akurat, relevan dan terarah sesuai dengan persoalan yang ada, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis menggunakan beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah sebagai berikut :

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan melalui buku-buku, majalah, berita, internet dan lain-lainya dari sumber yang valid untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan video promosi.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab kepada Bapak Ridwan Noor Muchlis, sebagai pemilik dari Adlan Muslim Indonesia yang berdasarkan tujuan penelitian yaitu mencari data tentang perusahaan dan data produk yang akan dipromosikan secara lengkap sebagai bahan analisa penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

1. Analisis SWOT.

Metode ini digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti, dan metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah metode SWOT , analisa SWOT adalah metode perencanaan strategis yang berfungsi untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan. Proses ini melibatkan penentuan tujuan

yang spesifik dari spekulasi bisnis dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

2. Analisis Kebutuhan.

Analisis kebutuhan fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan berupa tahap pra-produksi video, tahap produksi dan pasca produksi. Pada tahap pra-produksi ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan termasuk ide, desain karakter, konsep (naskah) hingga penulisan *storyboard* yang akan dibuat. Tahap selanjutnya yaitu tahap produksi. Tahap ini bertujuan untuk mengimplementasikan bahan-bahan yang telah terkumpul pada tahap pra-produksi. Diawali dengan pembuatan gambar konsep, dilanjutkan proses *editing* dengan teknik *parallax*. Kemudian pada tahap akhir pasca produksi dilakukan *recording* suara, pemberian *background* hingga tahap *finishing* berupa hasil *rendering*.

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan Skripsi ini terdiri dari lima sub pokok pembahasan yang terdiri antara lain sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang permasalahan apa yang akan diambil dalam pembuatan laporan penelitian dan memuat tentang : latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan secara singkat tentang landasan teori yang digunakan oleh peneliti dalam menyusun skema penelitian yang digunakan dalam pembuatan video promosi ini.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang Adlan Muslim Indonesia, analisis SWOT terhadap video promosi yang dibuat, analisis kebutuhan sistem serta penjabaran tahap pra produksi.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan mengenai produksi dan paska produksi pembuatan video promosi dengan teknik *parallax*, urutan-urutan pekerjaan serta menampilkan hasil video yang telah dibuat dengan dosen pembimbing. Serta menyerahkan video promosi kepada Adlan Muslim Indonesia.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir yang berisikan kesimpulan dan saran-saran yang membangun. Saran berisi tentang kekurangan atau kelemahan video yang dibuat serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut dari pembahasan yang telah dilakukan, serta bab ini juga berisi daftar pustaka yang berisi referensi-referensi yang telah digunakan sebagai penunjang dalam menyelesaikan skripsi ini.