

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Multimedia sekarang sudah banyak digunakan sebagai media informasi salah satunya, digunakan sebagai media periklanan. Dengan menggunakan multimedia berupa video sebagai media iklan dan promosi. Iklan berupa video saat ini banyak digunakan karena media elektronik sudah semakin berkembang. kemudian iklan yang menggunakan video sebagai media penyampaiannya lebih menarik, mudah untuk dipahami, informasi lebih mudah tersampaikan.

Terdapat beberapa teknik untuk membuat video iklan. Salah satunya menggunakan teknik motion grafik. Dalam pembuatan video ini kami menggunakan teknik motion grafik. Teknik motion grafik lebih hemat biaya dibandingkan dengan membuat video live action yang membutuhkan banyak biaya dan peralatan, video motion grafik lebih fleksibel karena disesuaikan dengan kebutuhan serta gambar yang ditampilkan bisa dibuat dengan kreativitas pembuat. Selain itu motion grafik juga lebih efektif karena biasanya dibuat dengan durasi pendek, dengan waktu 30 detik hingga 3 menit, sehingga cocok digunakan untuk dipasang di media social.[1]

Video yang penulis buat ditujukan untuk membantu mempromosikan produk-produk yang dihasilkan oleh giman leather. Dimana tempat produksi giman leather masih kurang promosi, kemudian giman leather juga belum diketahui banyak orang.

Dengan permasalahan tersebut penulis bermaksud untuk membuat video iklan Giman Leather dengan tujuan agar dapat memberikan informasi secara lengkap kepada masyarakat tentang Giman Leather, sehingga produk yang dihasilkan Giman Leather dapat di kenal oleh masyarakat luas. Selain itu besar harapan video iklan yang peneliti buat dapat meningkatkan penjualan dari Giman Leather. Atas dasar tersebut peneliti mengambil judul "Perancangan Iklan Kerajinan Kulit Giman Leather Dengan Teknik Motion Grafik".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka penelitian merumuskan masalah “Bagaimana cara merancang dan membuat video iklan Gimán Leather?”

## 1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka penelitian memberikan batasan masalah:

1. Penelitian dilakukan pada Gimán Leather.
2. Vidio iklan Gimán Leather digunakan sebagai media periklanan, promosi, dan hal lain yang berkaitan dengan Gimán Leather.
3. Pada pembuatan vidio iklan ini berisi tentang alamat, pemilik, proses pembuatan dan produk yang dihasilkan.
4. Pembuatan vidio ini akan di uji coba kepada pihak Gimán Leather untuk mengetahui apakah materi yang disampaikan sudah sesuai atau belum.
5. Vidio iklan akan digunakan oleh Gimán Lether sebagai media periklanan dan promosi.

## 1.4 Maksud dan Tujuan

### 1.4.1. Maksud

Maksud dalam penyusunan tugas akhir ini, yaitu sebagai berikut :

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program diploma 3 Manajemen Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Menerapkan ilmu serta teori – teori yang selama ini didapat yang kemudian diaplikasikan dalam kehidupan bermasyarakat dan dunia kerja.
3. Dapat menambah pengalaman agar dapat bersaing di industri multimedia.
4. Menambah wawasan dan pengetahuan dibidang multimedia.

#### **1.4.2. Tujuan**

Tujuan dari “Perancangan Iklan Kerajinan Kulit Gimán Leather Dengan Teknik Motion Grafik” sebagai media periklanan agar masyarakat mengetahui lokasi serta produk yang dihasilkan oleh Gimán Leather. Setelah adanya video iklan tersebut besar harapan video iklan dapat memperkenalkan Gimán Leather kepada masyarakat luas.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun beberapa manfaat yang didapatkan dari penelitian ini, baik untuk peneliti atau pihak lain yang terkait dengan penelitian. Berikut yang diperoleh dari penelitian tersebut:

##### **1.5.1 Manfaat Bagi Penulis**

- a) Sebagai syarat kelulusan pendidikan Diploma 3 (D3) di Universitas Amikom Yogyakarta Program Studi Manajemen Informatika.
- b) Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.
- c) Menambah pengalaman tentang dunia industri.

##### **1.5.2 Manfaat Bagi Gimán Leather**

- a) Dapat digunakan sebagai media periklanan bagi Gimán Leather kepada masyarakat luas.
- b) Dapat digunakan sebagai media promosi.
- c) Dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk dari Gimán Leather.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Metode penelitian menjabarkan bagaimana langkah - langkah yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan peneliti. Selain itu metode penelitian berguna untuk menentukan cara dalam memecahkan suatu masalah tertentu. Dalam hal ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam pembuatan iklan kerajinan kulit Gimán Leather. Metode kuantitatif sendiri adalah salah satu

jenis penelitian yang lebih spesifik, sistematis, terencana dan terstruktur dari awal hingga kesimpulan. Beberapa metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

#### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

##### **a) Metode Observasi**

Merupakan metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti. Agar mendapatkan banyak informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian.

##### **b) Metode Wawancara**

Merupakan metode mengumpulkan data dengan cara wawancara kepada pihak Gimán Leather. Dengan tujuan memperoleh informasi, data yang jelas dan benar tentang Gimán Leather.

#### **1.6.2 Metode Perancangan**

Metode Perancangan adalah tahap – tahap bagaimana video iklan ini dibuat, dimulai dengan, ide cerita, perencanaan, perancangan, alur cerita, naskah, storyboard. Tahap perancangan ini dibuat sesuai dengan kebutuhan dari Gimán Leather.

#### **1.6.3 Metode Evaluasi**

Pada metode evaluasi merupakan kegiatan untuk melihat sejauh mana video iklan tersebut telah dibuat. Evaluasi akan dilakukan dengan cara membandingkan dengan storyboard yang telah dibuat, apakah sudah sesuai dengan rancangan awal atau masih ada beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki.

### **1.7 Sistematika Penelitian**

Untuk mempermudah dalam pemahaman tugas akhir tersebut maka penyusunannya harus terseruktur dan mudah dipahami. Oleh karena itu peneliti membagi kedalam beberapa bab sesuai dengan pokok pembahasan masing – masing sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian iklan, macam-macam iklan, prinsip dasar iklan, tujuan dan manfaat periklanan, pengertian motion graphic, konsep dasar multimedia, pengertian live shoot, pengertian video, tahapan pra produksi. Sehingga teori yang dipakai dapat digunakan dalam pembuatan.

## **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Pada bab ini menjelaskan tentang perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan, teknik pembuatan dan editing video dan terdapat konsep serta storyboard iklan.

## **BAB IV PENGUJIAN**

Pada bab ini membahas testing, implementasi dari hasil kinerja yang dibangun dan diolah kedalam bentuk video.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini tentang kesimpulan dari penerapan iklan Kerajinan Kulit Gimana Leather Dengan Teknik Motion Grafik serta menjelaskan kesimpulan yang didapatkan serta saran perbaikan.