

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan Batik Namburan adalah badan usaha yang bergerak di bidang produk dan jasa, namun promosi yang dilakukan Batik Namburan saat ini masih menggunakan pamflet. Media ini cakupannya hanya sebatas daerah Jogja dan dirasa masih kurang efektif jika digunakan sebagai media promosi pada Batik Namburan karena pemanfaatan teknologi yang digunakan hanya sebatas media cetak yang mengandalkan tulisan dan gambar mati, sehingga penyebaran informasinya tidak dapat menyebar ke seluruh masyarakat, karena disebabkan keterbatasan penyebaran media serta memerlukan banyak tenaga dalam penyebarannya.

Curran dalam bukunya yang berjudul *Motion Graphics: Graphic Design for Broadcast and Film* (2000:3), berpendapat bahwa *motion graphics* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi yang dirancang seorang profesional desain grafis untuk menciptakan desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi, dan internet [1]. Menggunakan *motion graphic* menjadi penting dalam pemasangan iklan atau media promosi di media sosial, karena tidak dikenakan biaya. Selain itu, yang menjadi keunggulan *motion graphic* sebagai media promosi adalah pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan, tidak hanya dalam bentuk *audio* saja, tetapi dapat berupa *audio visual*.

Menurut M. Rusdiansyah (2016) setiap perkembangan baru pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, oleh karena itu walaupun *motion*

graphic bisa menyampaikan informasi dengan lengkap, tanpa adanya teknik *live action* video yang dihasilkan akan terlihat monoton, karena video yang dihasilkan hanya berupa animasi 2D [2]. Akan tetapi dengan adanya *motion graphic* pada video *live action* akan memperkuat dan memperjelas serta memberikan informasi alur cerita dan maksud dari sebuah video tersebut.

Promosi melalui media cetak dinilai masih memiliki keterbatasan dalam penyebarannya, biasanya untuk tampilan hanya disuguhkan hasil dari gambar dan unsur-unsur grafis sebagai pendukung, sehingga lama-kelamaan terlihat monoton. Oleh sebab itu, diharapkan dengan adanya media video bagi Batik Namburan Jogja dapat menjadi pilihan yang efektif sebagai media promosi dan dapat menjadi penyegaran dan nuansa baru dalam melakukan promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah: “Bagaimana cara membuat video promosi dengan teknik *live action* dan *motion graphic* pada Batik Namburan Jogja?”.

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari pokok-pokok permasalahan yang ada, maka dalam penyusunan skripsi ini permasalahan yang dibahas meliputi :

1. Penelitian ini dilakukan di Batik Namburan Jogja.
2. Video dalam bentuk *live action* yang dipadukan dengan teknik *motion graphic*.
3. Komunikasi yang berjalan dalam video ini hanya terjadi satu arah saja.

4. Video promosi ini akan tayang di sosial media pada internet seperti *Facebook* dan *Instagram*.
5. Menggunakan format file video .mp4 dengan kualitas Full HD resolusi 1920x1080p 25Fps.
6. Software yang digunakan dalam pembuatan video promosi ini adalah *Adobe After Effects CC 2018*, *Adobe Audition CS6*, *Adobe Illustrator CS6*, dan *Adobe Premiere Pro CC 2018*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud yang ingin disampaikan dari penulisan skripsi ini antara lain:

- a. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana di Universitas AMIKOM YOGYAKARTA.
- b. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh di Universitas AMIKOM YOGYAKARTA.

1.4.2 Tujuan Penelitian

- a. Membuat video promosi dengan teknik *live action motion graphic* pada Batik Namburan Jogja.
- b. Mengimplementasikan penggabungan teknik *live action* dan *motion graphic* yang diharapkan dapat menampilkan sebuah video yang lebih menarik.

- c. Konsumen mendapatkan varian baru dalam mendapatkan informasi dari produk-produk baru yang sedang dipasarkan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam hal ini teknik pengumpulan data melalui data penelitian kualitatif yang pada umumnya berupa informasi kategori substansif yang sulit inumerasikan. Menurut Kriyantono (2006:95), pengumpulan data yang menggunakan riset kualitatif antara lain observasi dan wawancara serta didukung juga teknik pengumpulan dokumentasi agar data yang dikumpulkan lebih lengkap [3].

1. Metode Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Kriyantono, 2006:100). Dalam wawancara ini dilakukan secara terus menerus untuk menggali informasi yang detail. Dari wawancara tersebut diketahui permasalahan, kendala dan berbagai informasi pendukung penelitian lainnya.

2. Metode Observasi

Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung sesuatu obyek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan obyek tersebut (Kriyantono, 2006:110). Observasi dilakukan dengan

cara mengamati kegiatan produksi dan pemasaran yang dilakukan oleh Batik Namburan Jogja. Observasi ini bertujuan untuk melihat bagaimana karakteristik perusahaan maupun karakteristik dari konsumen.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan seluruh bukti yang berkaitan dengan metode promosi Batik Namburan Jogja berupa foto produk-produk yang dipasarkan. Dokumentasi penting dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mendukung penelitian dan memperdalam data penelitian.

1.5.2 Metode Analisis

Analisis S W O T merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan factor *internal* (dalam) dan factor *external* (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*. Selain itu analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan analisis yang didalamnya menganalisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional.

1.5.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan animasi yaitu tahapan pra produksi. Pada tahapan ini

dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video promosi meliputi menentukan ide cerita, mengumpulkan data hingga pembuatan storyboard.

1.5.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi meliputi *shooting*, *acting*, *sound recording*, dan pembuatan *motion graphic*. Selanjutnya untuk tahap pasca produksi meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap *finishing* berupa *rendering* dan *publishing* jika hasil sudah sesuai dengan yang diharapkan.

1.5.5 Metode Testing

Peneliti melakukan tahap pengujian terhadap video promosi tersebut dengan melakukan penayangan hasil akhir video. Pada tahapan ini penulis menggunakan *test screening*.

1.5.6 Implementasi

Tahap dimana video promosi yang telah selesai dibuat akan diimplementasikan atau ditayangkan pada media sosial *Facebook*, *Instagram*, dan *YouTube*.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, kosnep dasar pembuatan video animasi menggunakan teknik *live action* dan *motion graphic*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Batik Namburan Jogja, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video promosi Batik Namburan Jogja dengan menggunakan teknik *live action* dan *motion graphic* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.