

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman sekarang ini animasi merupakan industri yang paling "demanding", karena begitu banyak tuntutan karya animasi sebagai perangkat hiburan film bioskop, televisi, promosi, dan branding berbagai perusahaan dunia. Telah banyak penelitian yang mengungkapkan bahwa otak manusia memang terbukti lebih cepat menangkap informasi dalam bentuk visual dibandingkan dengan informasi yang disampaikan melalui tulisan. Selain itu, menggunakan video animasi kita dapat menyampaikan lebih banyak informasi dengan cara yang menarik daripada menggunakan konten artikel.

Animasi memiliki keunggulan dalam mempromosikan sebuah produk dan jasa, salah satunya adalah animasi dapat membuat efek ataupun kejadian yang tidak dapat dilakukan melalui *live shoot*. Salah satu contohnya adalah membuat animasi pensil yang dapat berjalan dan melakukan hal-hal seperti yang dilakukan manusia. Animasi seperti ini tidak dapat dibuat dengan menggunakan *live shoot*. Sehingga animasi tidak memiliki batasan dalam berimajinasi dan kreativitas. Animasi juga dianggap menjadi salah satu media yang dapat memberikan informasi secara menarik dan lengkap.

Koperasi Kredit "Sido Manunggal" Lembaga ini diperkenalkan sebagai salah satu program intervensi dari PLAN International Yogyakarta (PKAK) untuk memberdayakan pembangunan ekonomi warga binaan. Salah satu sasarnya

adalah untuk mempercepat kemandirian dan terjaminnya *sustainability* khususnya program – program pengembangan ekonomi yang dilandasi oleh semangat keswadayaan, kerjasama dan ditunjang dengan pendidikan / pembinaan.

Saat ini Koperasi Kredit “Sido Manunggal” melakukan pengenalan dan ajakan melalui mulut ke mulut dan brosur. Media yang digunakan oleh Koperasi Kredit “Sido Manunggal” hanya berupa brosur yang berisi informasi yang sudah lama tidak diperbaharui. Pengurus lebih memilih menggunakan promosi dari mulut ke mulut yang lebih hemat biaya dibandingkan dengan brosur. Dilihat dari peluangnya, koperasi kredit “Sido Manunggal” baru saja mendapatkan prestasi juara II di tingkat kabupaten Kulon Progo, sangat disayangkan bila koperasi kredit “Sido Manunggal” masih menggunakan media dari mulut ke mulut. Hal tersebut kurang efektif karena sekarang banyak sekali lembaga sejenis yang menawarkan jasanya dengan media yang lebih maju, mudah dimengerti, dan menarik.

Dari permasalahan diatas penulis melihat kesempatan untuk menciptakan suatu media iklan sebagai pengenalan dan promosi tentang Koperasi Kredit “Sido Manunggal” melalui sebuah video dengan menerapkan teknik *Motion Graphic*. Untuk menampilkan visi misi dan mengenalkan program apa saja yang diterapkan Koperasi Kredit “Sido Manunggal” kepada khalayak umum sehingga menarik untuk ikut serta menjadi anggota koperasi untuk kesejahteraan bersama. Diharapkan dari video tersebut mencakup visual, suara, dan animasi yang dapat menjelaskan semua unsur-unsur penting seperti tujuan, manfaat, dan informasi mengenai Koperasi Kredit “Sido Manunggal”. Nantinya video pengenalan tersebut

akan dipublikasikan di akun *Instagram* dan *Youtube* Koperasi Kredit “Sido Manunggal”.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah mengkaji latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut “*Bagaimana membuat video promosi Koperasi Kredit “Sido Manunggal” dengan menggunakan teknik Motion Graphic ?*”.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang telah dirumuskan, maka diperlakukan batasan-batasan masalah, sebagai berikut :

1. Iklan dalam bentuk video yang berdurasi 90 detik.
2. Teknik yang dipakai menggunakan animasi *Motion Graphic*.
3. Informasi yang disampaikan mencakup tujuan, manfaat, dan program Koperasi Kredit “Sido Manunggal”.
4. Iklan pengenalan ini ditayangkan di media sosial (*Instagram* dan *Youtube*).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang video animasi dengan teknik *motion graphic*.

2. Sebagai sarana publikasi Koperasi Kredit “Sido Manunggal” yang dapat dimanfaatkan sebagai media informasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian adalah :

- A. Sebagai alternatif baru dalam penyampaian informasi kepada masyarakat melalui iklan pengenalan Program Koperasi Kredit “Sido Manunggal”.
- B. Menambah minat masyarakat untuk menjadi anggota koperasi.
- C. Membuka wawasan pengetahuan baru bagi peneliti sesuai bidang multimedia dengan membuat video iklan promosi.
- D. Memahami penerapan teknik *motion graphic* untuk hasil yang lebih optimal bagi peneliti.

1.6. Analisis

Pada tahap ini dilakukan identifikasi perkiraan kebutuhan yang dihasilkan dari penelitian awal seperti kebutuhan fungsional dan non fungsional.

1.7 Metode Penelitian

Dalam pengumpulan data dan informasi untuk memecahkan permasalahan yang ada, penulis menggunakan beberapa metode antara lain :

1.7.1 Pengumpulan Data

a. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara kepada pengurus Koperasi Kredit “Sido Manunggal” untuk memperoleh data dan hal apa saja yang perlu dicantumkan dalam pembuatan video promosi.

b. Observasi

Pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lokasi kegiatan serta pengamatan terhadap video sejenis untuk menambah pengetahuan sebagai bahan penyusunan skripsi.

c. Studi Pustaka

Merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik atau e-book yang dapat dijadikan referensi dalam metode studi pustaka.

1.7.2 Metode Perancangan

Untuk memproduksi iklan harus melalui tiga tahap yaitu, tahap pra-produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.

1.7.3 Metode Pengembangan

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap dimana pembuat iklan mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum iklan diproduksi secara nyata. Pertama-tama yang harus dipikirkan pada tahap pra produksi ialah mempelajari pembuatan ide cerita, naskah dan *storyboard*.

2. Produksi

Tahap produksi adalah periode selama iklan diproduksi secara komersial. Tahap ini meliputi beberapa kegiatan diantaranya visualisasi, *dubbing* dan *editing* yang sudah ditentukan di proses perencanaan sebelumnya.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana semua pekerjaan atau aktivitas yang terjadi setelah iklan diproduksi secara nyata. Tahap ini meliputi *compositing* dan *rendering*.

1.7.4 Implementasi

Pada tahap ini penerapan video iklan pengenalan Koperasi Kredit “Sido Manunggal” yang mencakup visi dan misi kegiatan tersebut.

1.7.5 Evaluasi

Proses menilai suatu yang didasarkan pada kriteria ataupun tujuan yang telah ditetapkan.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi uraian singkat setiap bab, dimana uraian ini memberikan gambaran secara langsung tentang isi dari setiap bab yang ada dalam skripsi. Adapun sistematika dari skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori dasar pembuatan video, teori multimedia dan *software* yang akan digunakan untuk pembuatan video promosi ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis video yang akan dibuat dan analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan bagaimana pembuatan video mulai dari pra produksi, produksi, hingga tahapan pasca produksi serta penerapan video promosi yang dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang ada pada pembuatan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi-referensi yang telah dipakai sebagai acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini.

