

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Motion Graphic adalah percabangan dari Seni Desain Graphic yang merupakan penggabungan dari, Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan teknik Animasi. Motion Graphic terdiri dari dua kata, Motion yang berarti Gerak dan Graphic atau yang sering di kenal dengan istilah Grafis, dari dua kata tersebut bisa di katakan bahwa Motion Graphic, juga dapat disebut dengan istilah Grafis Gerak.

The Batic pet Cargo Yogyakarta adalah jasa pengiriman hewan yang berada di wilayah Yogyakarta. Dengan berfokus pada pengiriman hewan antar pulau khususnya hewan yang ingin di kirim dari Yogyakarta ke Pulau lainnya. Saat ini media promosi yang digunakan masih sebatas menggunakan website. Media promosi tersebut sudah cukup lengkap, namun hanya terdapat 2 unsur saja didalamnya yaitu teks dan gambar. Sedangkan media informasi berbasis video Motion Graphic memiliki 5 unsur lebih banyak dibandingkan website yaitu dengan adanya tambahan video, animasi, dan suara. Dengan demikian informasi yang didapatkan melalui video diharapkan jauh lebih lengkap dan mampu memvisualisasikan sesuatu yang tidak bisa dilakukan melalui media website. Isi dari website sudah cukup padat hanya saja website tersebut terbatas teks dan gambar. Salah satunya adalah mengilustrasikan cara menggunakan jasa dan Keunggulan dari The Batic Pet Cargo Yogyakarta adalah, biasanya

Menggunakan jasa pengiriman lain prosedur yang sangat rumit, namun dengan menggunakan The Batic Pet Cargo Yogyakarta kita di permudah tanpa mengurus sendiri surat dari BKSDA dan Karantina. The Batic Pet Cargo Yogyakarta akan Mengurus Dokumen-dokumen tersebut Karena memang secara fisik tidak bisa di tampilkan lewat website.

Penulis mengusulkan kepada The Batic Pet Cargo Yogyakarta adanya penggunaan video animasi motion graphic dengan menggunakan metode ini diharapkan mampu mengilustrasikan berjalannya hewan yang ingin di kirim dari Penjual ke Jasa Pengiriman Hewan The Batic Pet Cargo Yogyakarta dan sampai ke tempat Pembeli. Karena Motion Graphic mampu memvisualisasikan yang mungkin tidak bisa di tampilkan lewat website dan memberikan tentang gambaran secara ilustratif.

Berdasarkan dari rancangan media yang dihasilkan kedepan diharapkan dapat lebih memberi nilai efektifitas dalam program informasi dan promosi yang telah direncanakan oleh penulis untuk The Batic Pet Cargo Yogyakarta. Maka dari itu, dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Perancangan Video Motion Graphic The Batic Pet Cargo Yogyakarta Sebagai Media Promosi”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang disampaikan di atas, penulis merumuskan permasalahan yang ada adalah sebagai berikut : *“Bagaimana merancang video yang layak dijadikan sebagai sarana promosi pada The Batic Pet Cargo Yogyakarta?”*.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu :

1. Pembuatan video ini ditujukan sebagai media promosi The Batic Pets cargo Yogyakarta
2. Video Promosi ini menggunakan teknik motion graphic.
3. Informasi yang disampaikan mencakup profil dan keunggulan The Batic Pet Cargo Yogyakarta.
4. Penelitian yang dilakukan akan selesai sampai pada tahap penyerahan hasil jadi video promosi yang telah dibuat.

5. Uji kelayakan Video Promosi akan dilakukan langsung oleh pihak The Batic Pet Cargo Yogyakarta dan komunitas Multimedia.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Tujuan operasional media yang telah dihasilkan nantinya untuk mempermudah dalam menjelaskan cara menggunakan dan keunggulan jasa dari The Batic Pet Cargo Yogyakarta.
2. Tujuan fungsional dengan media berbasis video dapat dijadikan sebagai media promosi yang layak dalam mempromosikan The Batic Pet Cargo Yogyakarta yang tidak hanya digunakan saat berlangsungnya suatu acara namun juga akan dimasukkan ke akun media sosial milik The Batic Pet Cargo Yogyakarta seperti facebook dan Youtube.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat bagi The Batic Pet Cargo :

1. Dengan menggunakan video promosi, diharapkan masyarakat akan mendapatkan informasi lebih jelas tentang The Batic Pet Cargo Yogyakarta dan menjadi sarana informasi yang interaktif.
2. Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan informasi bagi The Batic Pet Cargo Yogyakarta.
3. Dapat dijadikan sebagai media pemasaran dan promosi yang lebih interaktif dibandingkan media lainnya.

1.5.2 Manfaat bagi Penulis :

1. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Teknik Informatika UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Penulis dapat mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan serta pengalaman dalam menentukan konsep perancangan yang berhubungan dengan pembuatan media informasi dan promosi dalam bentuk video promosi.

3. Penulis juga dapat mempelajari teknik design yang umum untuk digunakan pada dunia pemasaran dan promosi yang menggunakan media berbasis video.
4. Penulis mampu menciptakan karya-karya kreatif dan informative yang mampu bersaing dengan animator lainnya sehingga penulis dapat lebih berkembang.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang di gunakan dalam pembuatan video promosi The Batic Pet Cargo Yogyakarta adalah :

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke kantor The Batic Pet Cargo Yogyakarta oleh penulis untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

2. Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang sudah di buat penulis dan ditujukan secara langsung kepada manajemen The Batic Pet Cargo Yogyakarta. Cara ini merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi secara akurat.

3. Metode Study Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku contohnya di perpustakaan dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik (*e-book*) yang dapat dijadikan referensi dalam metode studi pustaka. Metode studi pustaka ini menggunakan acuan berupa buku-buku atau literatur-literatur yang relevan dengan proses penelitian sebagai tambahan referensi peneliti.

1.6.2 Metode Perancangan atau Pembuatan Video Promosi

- a. Praproduksi

1. Ide cerita

Ide merupakan hal yang mendasar untuk mengembangkan sebuah karya multimedia. Biasanya ide ini akan diolah dan dikembangkan sesuai tujuan dan kreativitas guna menentukan alur cerita dalam sebuah iklan.

2. Alur video

Menentukan alur cerita secara rinci yang nantinya akan divisualisasikan ke dalam bentuk storyboard.

3. *Storyboard*

Merupakan pengorganisasi grafik, contohnya adalah sederetan ilustrasi atau gambar yang ditampilkan berurutan untuk keperluan visualisasi awal.

b. Produksi

1. Penganimasian

Proses menggambarkan berbagai solusi desain grafis profesional dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi dan internet.

2. Pembuatan Narasi/Dubbing

Proses pengisian suara agar informasi yang diberikan lebih jelas dan mudah diterima

c. Pasca Produksi

1. *Editing*

Editing Video merupakan tahap dimana pengelolaan dan pengeditan video dengan beberapa langkah seperti penggabungkan video, pemotongan video, penambahan teks pengelolaan suara dan lain sebagainya.

2. *Coloring*

Coloring adalah proses yang melibatkan penyesuaian gambar untuk "memperbaiki" setiap penyimpangan dari penampilan standar yang dapat mengubah nada visual dari seluruh film setelah proses pengambilan gambar

3. *Rendering*

Rendering adalah proses akhir dari keseluruhan proses pemodelan ataupun animasi komputer.

1.6.3 Metode Testing

Pada tahap ini peneliti menggunakan :

1. *Alpha Testing*

Metode pengujian yang akan dilakukan oleh peneliti atau lingkungan peneliti, dan apabila produk telah lolos dari tahap ini maka akan dilakukan pengujian *Beta Testing*.

2. *Beta Testing*

Metode pengujian akan dilakukan oleh pihak The Batic Pet Cargo Yogyakarta dan beberapa masyarakat, apakah dalam video animasi 2D penyuluhan bahaya penyakit hepatitis c sudah dapat dimengerti dan dipahami dalam penyampaian informasinya.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini menggunakan bahasa Indonesia yang baku dan membagi penulisan dalam bab-bab dan akan di bahas dalam setiap bab, berikut ini adalah pembagian pada setiap bab:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab 2 Landasan Teori berisikan uraian dan dijelaskan tentang teori yang melandasi pengertian dari iklan layanan masyarakat dan motion graphic. Dalam bab ini juga akan diuraikan tinjauan singkat tentang sistem perangkat lunak yang akan digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini berisi profil singkat The Batic Pet Cargo Yogyakarta, pembahasan mengenai ide cerita, naskah, *storyboard*, dan analisis mengenai praproduksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang proses produksi dan pascaproduksi, dimana pada tahap produksi membahas tentang pembuatan bahan-bahan animasi dan pascaproduksi membahas bagaimana mengimplementasikan bahan-bahan animasi menjadi animasi yang utuh, yaitu berupa video iklan televisi berbasis animasi 2 Dimensi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang bersifat konstruktif yang dapat digunakan sebagai bahan peninjauan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber ataupun buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi ini.