

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

RISE Gamenet merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada penyediaan jasa di Yogyakarta. RISE Gamenet sudah beroperasi di bidang pelayanan jasa sejak tahun 2012, dan memiliki pelanggan yang berusia antara 15-30 tahun. Selama ini RISE gamenet melakukan promosi hanya dengan menggunakan spanduk atau banner dan informasi yang tersebar dari mulut-ke mulut. Selama lima tahun terakhir omzet yang didapat selalu tinggi, namun semenjak bulan Oktober tahun 2017, terjadi penurunan omzet sebesar 50%<sup>[1]</sup>. Sejak tahun 2013, tercatat ada lima gamenet yang setara dengan RISE Gamenet. Melihat semakin banyaknya gamenet high-end yang ada di Yogyakarta. Hal itu membuat RISE Gamenet membutuhkan suatu hal yang dapat meningkatkan omzet mereka dengan cara menarik pelanggan lebih baik dari banner yang telah digunakan sampai saat ini. Demi mendapat kembali kestabilan omzet, RISE gamenet membutuhkan sebuah media promosi yang bisa menarik pelanggan jauh lebih baik daripada banner atau informasi dari mulut-ke mulut. Salah satu contoh media promosi yang paling efektif untuk usia 17-34 tahun adalah iklan multimedia yang diunggah di media sosial<sup>[2]</sup>.

---

<sup>[1]</sup> Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik RISE Gamenet pada 22 November 2017

<sup>[2]</sup> Lisawati, Pramita. 2016. Efektivitas Iklan Pada Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu, Hal 158-159

Iklan multimedia mempunyai peranan dalam mencari perhatian. Adapun kelebihan dari iklan multimedia adalah menarik dari beberapa indra yang dimiliki manusia pada umumnya. Karena merupakan gabungan dari beberapa media yaitu gambar, suara, dan teks, sehingga dengan ini dapat menyampaikan informasi dengan lebih baik. Iklan yang nantinya digunakan oleh RISE Gamenet sebagai media informasi multimedia yang digunakan untuk menarik pelanggan. Pada iklan ini, RISE Gamenet akan menampilkan elemen grafis berupa teks atau gambar yang bergerak secara dinamis.

Dalam perancangan dan pembuatan iklan ini, diperlukan beberapa tahap, yaitu: tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Dengan memanfaatkan teknologi komputer, penulis menerapkan pembuatan media informasi berupa video profile yang memakai teknik *motion graphic*. Dipilihnya *motion graphic* sebagai teknik yang digunakan karena adanya permintaan dari klien yang ingin sesuatu hal yang simple tapi tetap menarik.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di depan, penulis mengambil rumusan masalah pada skripsi ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana merancang dan membuat iklan yang bisa mendapatkan *awareness* dari seseorang dengan menggunakan teknik *motion graphic*?”

### **1.3 Batasan Masalah**

Pembatasan masalah dimaksudkan untuk menyederhanakan ruang lingkup permasalahan. Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah meliputi:

1. Pembuatan iklan ini diperuntukan pada RISE Gamenet.
2. Proses pembuatan video ini mengikuti alur pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
3. Implementasi iklan dengan teknik motion graphic ini akan disiarkan di media sosial.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk:

1. Membuat penelitian perancangan dengan teknik motion graphic.
2. Menghasilkan iklan animasi berdurasi 30 detik.

#### **1.5 Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan sesuai dengan tujuan, maka dalam perancangan animasi perlu adanya data yang benar, lengkap serta akurat. Untuk itu perlu dilakukan beberapa teknik dalam pengumpulan data agar tercapai tujuan tersebut sebagai berikut.

##### **1. Studi Pustaka**

Mengumpulkan data atau informasi dari berbagai sumber cetak yang terkait dengan perancangan animasi, referensi buku yang didapat dari pemikiran individu, rekomendasi teman dan mengumpulkan data dari skripsi-skripsi yang terdapat di perpustakaan.

##### **2. Pengamatan**

Mendapatkan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap iklan animasi yang sudah ada, mencoba tutorial atau panduan dalam rancangan iklan yang diperoleh dari berbagai sumber.