

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Titip Jepang Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa untuk mengorderkan barang dari Jepang dan mengirimkannya ke Indonesia. Perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 2015 ini sekarang beralamat di Jl. Cempedak H-9 Sawit Sari, Condongcatur, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam upayanya menarik perhatian konsumen, Titip Jepang selalu menawarkan promo menarik setiap harinya baik melalui website titipjepang.com dan akun social media mereka seperti Facebook, Twitter, Line, WhatsApp hingga Instagram.

Namun di luar promosi yang sering dilakukan, hasilnya bisa dibilang kurang maksimal. Selain itu, untuk dapat bersaing dengan perusahaan serupa tentu dibutuhkan sebuah media untuk menyajikan serangkaian informasi yang menarik tentang apa itu Titip Jepang dan mengapa harus order melalui Titip Jepang. Salah satu caranya yaitu dengan merangkum informasi tentang jasa yang ditawarkan dalam bentuk iklan dan menayangkannya di televisi. Iklan yang ditayangkan melalui televisi merupakan salah satu bentuk media periklanan yang digunakan produsen untuk menyebarkan informasi dengan menjangkau penonton dalam jumlah besar. Oleh karena itu, iklan melalui media televisi dapat berpengaruh besar dalam perkembangan dan meningkatkan kemajuan suatu instansi atau perusahaan.

Dengan mengacu kepada permasalahan yang ada, penulis melihat adanya peluang untuk membuat sebuah alternative kepada Titip Jepang berupa video iklan televisi infografis animasi 2D menggunakan teknik *motion graphic*. Motion Graphic sendiri merupakan grafis yang menggunakan video dan atau animasi untuk menciptakan ilusi dari gerak atau transformasi. Umumnya berupa gabungan unsur visual 2 dimensi atau 3 dimensi animasi, tipografi, video, film, ilustrasi, fotografi dan musik. Sementara infografis atau grafis informasi merupakan bagian bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks yang peranannya mempresentasikan data – data angka, naskah grafik, diagram dan peta. Dengan keterbatasan waktu untuk iklan yang ditayangkan ini, maka penulis memilih menggunakan teknik *motion graphic* karena dapat memvisualkan pesan yang disampaikan dengan singkat, efektif, komunikatif dan menarik sehingga sangat memungkinkan informasi yang disampaikan bisa lebih mudah untuk diterima dan dipahami oleh *audience*.

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka penelitian ini dibuat dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Video Animasi 2D Iklan Titip Jepang Menggunakan Teknik Motion Graphic”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat mengambil rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana cara merancang dan membuat iklan animasi 2D Titip Jepang dengan Teknik Motion Graphic?”.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Iklan dibuat untuk Titip Jepang sebagai media menyampaikan informasi dan akan diimplementasikan di televisi local Yogyakarta (RBTv). Namun, tidak menutup kemungkinan untuk diupload di media sosial Titip Jepang seperti Facebook, Instagram, Twitter hingga website dan Youtube dengan tujuan untuk memperluas jangkauan penonton.
2. Video animasi hanya berdurasi 30 detik, untuk menghemat biaya penayangan iklan.
3. Video animasi di rancang menggunakan style *Motion Graphic*.
4. Video animasi menggunakan format video .mp4.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah:

1. Menambah media informasi tentang profile Titip Jepang dengan mengikuti perkembangan teknologi yang ada saat ini.

Tujuan yang ingin dicapai penulis adalah:

1. Membuat iklan untuk PT Titip Jepang Indonesia dalam bentuk video animasi 2D menggunakan teknik motion graphic.
2. Mengimplementasikan video iklan Titip Jepang di televisi lokal Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh semua pihak terkait penelitian sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Perusahaan Titip Jepang

1. Calon konsumen dapat mengetahui keberadaan Titip Jepang yang berfokus dibidang jasa untuk mengorderkan berbagai barang langsung dari Jepang.
2. Menginformasikan bahwa Titip Jepang merupakan salah satu jasa titip yang terpercaya dengan merangkum kelebihan Titip Jepang

1.5.2 Bagi Calon Pembeli

1. Dapat menangkap dan memahami informasi yang ada di dalam video.
2. Membangkitkan keinginan *audience* untuk mencari tahu lebih jauh tentang Titip Jepang hingga akhirnya melakukan order.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi dari objek penelitian yaitu:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung mengenai perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail.

1.6.1.3 Metode Studi Literatur

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membaca buku – buku perpustakaan.

1.6.2 Metode Analisis

Pada tahap analisis ini, nanti akan dilakukan proses identifikasi menggunakan model analisis SWOT.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan dilakukan ditahap pra-produksi diantaranya tentang pembuatan konsep, naskah dan *storyboard*

1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dilakukan melalui 2 tahapan antara lain Produksi dan Pasca Produksi. Tahap Produksi merupakan kegiatan selama pembuatan video meliputi: *lay out, key motion, in between, background, scanning* dan *coloring*. Pasca Produksi dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang dilakukan setelah video diproduksi meliputi: *composite, editing, rendering* dan pemindahan video kedalam berbagai media lain.

1.6.5 Metode Testing

Setelah pembuatan video selesai, maka akan dilakukan pengujian dengan kuisioner yang dibagikan kepada pihak Titip Jepang untuk mengetahui apakah konten dan video tersebut telah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pihak objek penelitian.

1.6.6 Metode Implementasi

Pada metode implementasi, video iklan yang telah selesai akan tayang di salah satu televisi lokal Yogyakarta yaitu RBTv.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti dalam penyajian laporan, penulis menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok – pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan sebuah pengantar terhadap masalah yang akan dibahas. Menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini akan menguraikan dasar – dasar teori yang berisi tentang tinjauan pustaka, konsep dasar, teori tahapan pembuatan serta teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan animasi ini.

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan, ide cerita, naskah dan storyboard pada video animasi yang akan dikerjakan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses pembuatan video dan hasil video iklan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dapat di berikan oleh penulis dari hasil yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN