

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Motion Graphic adalah percabangan dari seni desain graphics yang merupakan penggabungan dari, ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi dengan menggunakan teknik Animasi. *Motion Graphic* terdiri dari dua kata, Motion yang berarti gerak dan Graphics atau yang sering kita kenal dengan istilah grafis. Dari asal muasal pengertian dua kata tersebut, bisa dikatakan bahwa *Motion Graphic*, juga dapat disebut dengan istilah Grafis Gerak. Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi dari pemilik produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan supaya produk atau jasa, merek dan nama perusahaan dapat dikenal masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat supaya mau membeli serta menggunakan produk atau jasa perusahaan. [7]

Mlaku-Mlaku Oblong Sovenir merupakan Industry desain kerajinan pakaiann berbahan katun yang sebagian besar produknya di pasarkan di Yogyakarta baik offline maupun online dan mampu berkompetisi dalam kancan local kota Yogyakarta maupun nasional. Selama ini promosi yang digunakan adalah melalui media sosial di antaranya facebook dan instagram. Informasi yang ditempatkan pada media sosial tersebut hanya melibatkan 2 unsur saja yaitu gambar/image dan text/tulisan saja, dimana keunggulan desain tidak dapat diilustrasikan hanya dengan menggunakan gambar/image dan text/tulisan saja.

Penulis mencoba mengusulkan untuk membuat antara live shoot dan motion grafis dikarenakan media ini mampu memberikan ilustrasi pada desain-

desain produk dari Mlaku-Mlaku Oblong Souvenir Yogyakarta ini. Di antaranya dengan menampilkan desain-desain dari produk Mlaku-Mlaku Oblong Souvenir dengan bergaya iklan mirip distro, diharapkan iklan yang di hasilkan dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang produk dari Mlaku-Mlaku Oblong Souvenir itu sendiri.

Oleh karena itu dalam pembuatan skripsi ini penulis mengangkat sebuah judul “Perancangan Dan Pembuatan Iklan TV pada Mlaku-Mlaku Oblong Sovenir Yogyakarta”. Dengan adanya iklan ini di harapkan mampu untuk mempromosikan produk dari Mlaku-Mlaku Oblong Sovenir Yogyakarta sehingga penjualan dan keuntungan bisa meningkat di kemudian hari.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah sebelumnya maka dapat diambil suatu perumusan masalah sebagai berikut “Bagaimana membuat iklan TV Mlaku-Mlaku Oblong Sovenir Yogyakarta”.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyusunan penelitian ini ,pembahasan hanya di batasi pada :

1. Penelitian iklan “Mlaku-Mlaku Oblong Sovenir Yogyakarta” yang akan di tayangkan di TV lokal.
2. Video iklan ini di buat untuk mengenalkan kepada masyarakat tentang produk ” Mlaku-Mlaku Oblong Sovenir Yogyakarta”.

3. Tahap memproduksi iklan yang meliputi tahap pra produksi (penerapan ide, pembuatan naskah, pembuatan storyboard) tahap produksi (tata setting, tata suara, tata cahaya), dan tahap pasca produksi (editing, pemberian efek, pemberian efek suara, pencampuran audio dan video)
4. Vidio iklan akan di buat dengan durasi 30 detik.
5. Pembuatan iklan ini hanya sampai uji coba kepada pihak Mlaku-Mlaku Oblong Souvenir satu kali oleh pihak peneliti.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka tujuan penyusunan Tugas Akhir ini adalah :

1. Membuat iklan “Mlaku-Mlaku Oblong Sovenir Yogyakarta” yang akan di tayangkan di TV.
2. Sebagai syarat kelulusan dan menyandang gelar sarjana komputer Starta 1 jurusan Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfat yang dapat diperoleh dari adanya pembuatan tugas akhir ini, yaitu :

1.5.1 Bagi Penulis :

1. Mempraktikkan ilmu yang telah dipelajari dan di dapat selama perkuliaan di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Mendapatkan title sebagai sarjana Komputer (S.Kom) karena telah menyelesaikan kuliah untuk jenjang Starta I pada UNIVERSITAS“AMIKOM” YOGYAKARTA.
3. Dapat memperoleh wawasan secara nyata dari penelitian yang telah di lakukan.

1.5.2 Bagi Perusahaan :

1. Sebagai salah satu cara untuk mempromosikan produk dari toko Mlaku-Mlaku Oblong Sovenir Yogyakarta.
2. Sebagai salah satu meningkatkan citra perusahaan dan loyalitas konsumen.
3. Dengan di buat iklan ini di harapkan dapat menarik perhatian konsumen sehingga meningkatkan angka penjualan.

1.6 Metodologi Penelitian

Dalam rangka penyusunan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Dan Pembuatan Iklan TV pada Mlaku-Mlaku Oblong Sovenir Yogyakarta”. Penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode:

1.6.1 Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai produk kaos Mlaku-Mlaku Oblong Souvenir dan permasalahan yang akan diteliti.

2. Observasi

Metode ini digunakan penulis untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ketempat penelitian untuk mengamati dan menentukan point-point penting yang akan menjadi obyek pembuatan iklan.

3. Metode Literatur.

Metode ini digunakan penulis untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi, dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

1.6.2 Metode Analisis Data

Metode terhadap obyek yang akan di ambil sumber datanya untuk keperluan pembuatan iklan.

1.6.3 Metode Produksi

Merancang proses pra produksi yang nantinya dapat mempermudah dalam proses pembuatan iklan.

1.6.4 Evaluasi

Pada tahap evaluasi menggunakan metode perancangan video dengan cara multi-langkah dari pengambilan video setelah itu mulai masuk ke bagian editing dan penayangan.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam pembahasan terbagi dalam lima bab yang secara singkat akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan di bahas mengenai latar belakang penulisan Tugas Akhir, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan yang merupakan merupakan gambaran menyeluruh dari penulisan tugas akhir ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan di bahas mengenai berbagai teori yang mendasari analisis permasalahan dan berhubungan dengan topik yang di bahas.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Dalam bab ini akan di bahas mengenai perancangan video yang akan di buat sesuai dengan konsep yang di inginkan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai hasil dari pengujian dan implementasi sesuai dengan metode yang di lakukan pada iklan yang di buat.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang di dapat dan juga saran yang dapat di gunakan untuk pengembangan iklan ini kearah yang lebih baik lagi di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Membuat keterangan yang didapat dari beberapa buku dan internet sebagai referensi dan panduan untuk membantu dalam pembuatan dan sebagai penulisan skripsi.