

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Motion graphic adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi desain grafis professional dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi dan internet. Pada dunia perdagangan, informasi dan hiburan adalah suatu tantangan, ketika dimana pemirsa/audience memutuskan apakah tidak atau akan untuk saluran, keluar dari situs web, atau ketika menonton trailer, untuk melihat film. Maka dari itulah diperlukan strategi, kreativitas dan ketrampilan dari seorang desainer broadcasting, desainer judul film dan animator dalam seni motion graphic.

Toko kaos Gundoel Handayani adalah usaha wiraswasta yang menjual kaos – kaos brand local. Di Gunung kidul sendiri toko kaos sudah sangat banyak tentunya dengan hal tersebut membuat persaingan pada setiap perusahaan toko kaos akan semakin ketat. Toko kaos gundoel handayani merupakan salah satu di antara sekian banyak perusahaan toko kaos lainnya, akan tetapi toko kaos gundoel handayani memiliki banyak kelebihan seperti halnya toko kaos gundoel handayani membuat kaos desain original khas Gunung Kidul dan melayani desain custom apa saja sesuai keinginan customer. Tidak hanya itu, Toko kaos gundoel handayani juga melayani pemesanan kaos dalam jumlah sedikit maupun dalam jumlah banyak dengan waktu pengerjaan yang cepat, dengan kualitas bahan kaos yang bagus dengan harga yang terjangkau dikalangan remaja.

Sampai saat ini, Toko kaos Gundoel Handayani menjual produknya melalui *offline store* dan mempromosikan produknya secara manual dengan cara memposting iklan berupa teks diberanda facebook, serta memposting gambar dan video produk tersebut di instagram saja, dengan berdurasi pendek tanpa proses editing apapun untuk mengiklankan toko kaos gundoel handayani. Dengan cara tersebut sudah cukup bagus, akan tetapi dengan gambar dan video saja dirasa belum bisa mengilustrasikan tentang kelebihan yang dimiliki Gundoel Handayani secara maksimal. Informasi yang dimaksud adalah untuk memvisualisasikan desain customnya serta jenis material kain kaos dan ketahanan sablon yang digunakan.

Maka dari itu, dengan permasalahan di atas penulis akan memberikan solusi dengan merancang dan membuat iklan Toko kaos Gundoel Handayani dengan menggunakan teknik Motion Graphic dan animasi 2D yang akan diiklankan di media internet dapat membantu dalam promosi dan pemasaran produk Toko kaos Gundoel Handayani. Maka judul penelitian ini “ **Perancangan dan Pembuatan Iklan pada Toko Kaos Gundoel Handayani Gunungkidul**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diuraikan rumusan masalah yang menjadi pokok bahasan adalah “*Bagaimana membuat iklan pada Toko kaos Gundoel Handayani Gunungkidul ?*”

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian bisa terarah dan tidak meluas kepada hal-hal di luar pembahasan di buatlah beberapa batasan masalah yang di gunakan dalam penelitian ini :

1. Durasi dari iklan yang akan dibuat kurang lebih 2 menit
2. Berisi informasi mengenai produk dan desain yang disediakan dan informasi tentang toko kaos gundoel handayani
3. Pengujian video iklan ini mengenai teknik yang digunakan dan informasi mengenai Toko kaos Gundoel Handayani
4. Tahap penelitian video iklan ini hanya sampai pada tahap produksi iklan dan hasil video akan diberikan pihak Toko kaos Gundoel Handayani
5. Iklan ini akan ditayangkan di youtube, facebook dan instagram

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh selama studi di UNIVRSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
3. Membantu mengiklankan produk Toko kaos Gundoel Handayani supaya lebih dikenal di oleh masyarakat luas.
4. Membuat produk Toko kaos Gundoel Handayani agar diminati oleh masyarakat luas.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman tentang pembuatan iklan motion graphic
2. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa universitas amikom dalam membuat iklan.
3. Bagi masyarakat, memberikan informasi mengenai iklan kaos gundoel handayani

1.6. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mudah dimengerti dan hasilnya sesuai dengan apa yang harapkan serta mendapatkan hasil karya ilmiah yang berkualitas dalam penyusunan laporan, maka penulis menggunakan alur dari metode pengembangan sistem adalah sebagai berikut :

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Demi mendapatkan data yang benar, relevan dan terarah sesuai topik yang dihadapi, maka diperlukan metode yang tepat untuk mencapai maksud dan tujuan penelitian. Adapun sumber data untuk kelengkapan kegiatan penelitian menggunakan metode-metode sebagai berikut :

1.6.2. Metode Observasi

Observasi adalah melihat data dengan bertemu langsung dengan pemilik Toko kaos Gundoel Handayani untuk mendapatkan data yang diperlukan.

1.6.3. Metode Wawancara

Yaitu mengadakan Tanya jawab langsung kepada owner berdasarkan tujuan penelitian yaitu dengan mencari data tentang Toko kaos Gundoel Handayani untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

1.6.4. Kepustakaan

Yaitu cara mengambil bahan-bahan dan pengumpulan data yang berasal dari buku dan jurnal yang memiliki keterkaitan dengan pembuatan Iklan motion graphic dan animasi 2D.

1.6.5. Metode Produksi

Metode Perancangan yang digunakan untuk membuat Iklan ini adalah Metode perancangan Pra-produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

1.6.6. Evaluasi

Mengevaluasi hasil penelitian agar dapat menyempurnakan hasil penelitian sehingga dapat memperoleh apa yang dibutuhkan dan diharapkan.

1.6.7. Analisis

Berdasarkan hasil observasi/pengamatan dan wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT untuk mengetahui kelemahan sistem yang sedang berjalan, guna menentukan pengembangan sistem yang akan dilakukan.

1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan laporan ini sesuai dengan ketentuan penulisan, dimana penulisan dibagi kedalam beberapa bab berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, definisi iklan, Motion Graphic animasi 2D dan pengertian media promosi..

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan, ide cerita dari iklan, naskah, dan Storyboard pada pengaplikasian Motion Graphic animasi 2D pada Pengiklanan Toko kaos Gundoel Handayani.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang menguraikan tentang proses dan hasil pembuatan iklan Toko kaos Gundoel Handayani dari proses editing, rendering dan hasil testing yang dituangkan dengan kuisisioner dalam menentukan kelayakan Toko kaos Gundoel Handayani untuk dapat ditayangkan atau tidak.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang membangun dari penyusunan skripsi tersebut.

