

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bagi sebuah perusahaan, memperkenalkan dan memasarkan sebuah produk yang ingin ditawarkan adalah hal yang sangat penting. Agar produknya sampai ke konsumen maka diperlukan informasi yang jelas melalui media periklanan. Kejelasan informasi pada segmen pasar terhadap produk yang diiklankan akan menghasilkan tanggapan positif dari konsumen yang akan memberikan keuntungan bagi produsen.

Periklanan merupakan penggunaan media bayaran oleh seseorang penjual atau sponsor untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) sebagai alat promosi yang kuat. Pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi secara keseluruhan. Iklan mempunyai cakupan, jangkauan, dan repetisi yang tinggi dan dapat menampilkan pesan multimedia (suara, gambar, animasi) yang dapat mempertajam ingatan. Ada beberapa media iklan sering ditemui seperti Televisi, Media cetak, Radio, Media outdoor atau indoor, dan juga Internet. [1, 2, 3, 2010].

Motion Graphic adalah subset dari desain grafis karena menggunakan prinsip-prinsip desain grafis dalam pembuatan film, video maupun iklan melalui penggunaan animasi atau teknik filmis [2, 2015]. Sedangkan Iklan merupakan sebuah media yang sangat membantu produsen dalam memasarkan produk, dengan media ini produsen dapat memasarkan produknya dengan jangkauan yang

cukup luas. Disini peneliti menggunakan iklan media elektronik untuk memperkenalkan kuliner makanan Pisang Monyet. Pada pembuatan iklan, teknik *motion graphic* animasi yang akan diterapkan penulis ke dalam bentuk digital dengan software *Adobe After Effect*. Pisang Monyet adalah sebuah perusahaan kuliner yang menjual pisang dengan berbagai macam jenis varian rasa yang terbaru dimana perusahaan pisang lain belum ada yang membuat dan menjualnya. Perusahaan ini memiliki tempat usaha yang beralamatkan di Jl. Brojolamatan 3A Condongcatur, Sleman Yogyakarta.

Dari masalah tersebut maka peneliti membuat sebuah video iklan sebagai media promosi dengan menggunakan Teknik animasi *motion graphic*. Animasi ini memadukan implementasi animasi 2D, obyek 3D, dan *motion graphic*. Dengan perpaduan aspek-aspek tersebut maka akan tercipta komposisi video iklan yang menarik. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan di Pisang Monyet Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu : “Bagaimana membuat iklan animasi Pisang Monyet Yogyakarta memadukan teknik *motion graphic*, animasi 2D dengan obyek 3D?”



1.3 Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan ini, agar pembahasan tidak melebar dan untuk memudahkan dalam penyelesaian nantinya maka akan dibatasi pada beberapa hal berikut ini :

1. Iklan Pisang Monyet Yogyakarta berdurasi 30 detik.
2. Untuk software editing dan compositing menggunakan software *Adobe After Effect CS 6, Adobe Illustrator CS 6, Adobe Audition CS 6 Adobe Photoshop CS 6, serta Cinema 4D R14.*
3. Menggunakan format *file* video .mp4 dengan kualitas HD 720p dengan resolusi 1280×720p.
4. Tehnik yang digunakan dalam animasi adalah *motion graphic*.
5. Iklan akan diserahkan pada Pisang Monyet Yogyakarta.
6. Iklan akan diupload dimedia sosial (youtube, facebook, dan instagram).

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah terwujudnya sebuah iklan yang dapat memperkenalkan Pisang Monyet Yogyakarta kepada masyarakat luas.

Adapun tujuan lainnya adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan dan menambah pengalaman tentang perancangan teknik *motion graphic* menjadi sebuah media promosi.
2. Menambah keterampilan videografi dalam merancang iklan dengan menerapkan teknik *motion graphic* di dalamnya.

1.5 Metode Penelitian

Metode pengumpulan data serta informasi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

A. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap video visual effect yang mempunyai ciri yang sama.

B. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab langsung kepada pemilik usaha.

1.5.2 Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan sebagai berikut:

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu cara untuk menganalisis perencanaan strategic yang di dalamnya mempertimbangkan beberapa point, seperti *strenghts*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* agar sebuah iklan dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan.

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan analisis yang di dalamnya akan menganalisis kebutuhan informasi, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan, seperti membuat naskah iklan, menentukan konsep gambar 2d yang akan digunakan sebagai ikon, serta membuat *storyboard* iklan.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dengan melakukan langkah-langkah produksi yang di dalamnya terdapat proses pembuatan gambar 2d, menyusun gambar sesuai naskah, review hasil sementara dan dokumentasi hasil. Tahap pasca produksi, yaitu tahap dilakukannya proses editing, memeriksa hasil editing sementara, dan jika editing sudah sesuai dengan yang diharapkan, kemudian dilanjutkan dengan proses rendering untuk packaging hasil akhir dengan format video yang diinginkan.

1.5.5 Implementasi Rencana

Yaitu tahap produksi dan pengeditan (pasca produksi) dalam pembuatan video animasi iklan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, metode analisis serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan Tinjauan pustaka, pengertian animasi, jenis animasi, tahap – tahap dalam pembuatan animasi serta apa saja yang digunakan dalam pembuatan animasi iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis perancangan animasi iklan mulai dari pembuatan alur cerita serta tahapan pra produksi, seperti pembuatan ide cerita, tema, *storyboard* yang digunakan untuk animasi iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI PEMBUATAN

Bab ini membahas bagaimana perancangan dalam pembuatan animasi secara teknis.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan diuraikan tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi.