

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman yang modern seperti sekarang perkembangan teknologi sangatlah cepat terutama media periklanan, saat ini sudah banyak mengalami perubahan seperti munculnya alternative baru yaitu media videotron. Videotron atau LED Display adalah media yang dapat menampilkan video atau teks dengan menggunakan teknologi light emitting diode (LED), bekerja dengan cara mengubah listrik menjadi cahaya dengan menggunakan semi konduktor. Dimasa yang akan datang penggunaan videotron akan semakin banyak dan menjamur dengan didukungnya peraturan dari pemerintah, dan juga manfaat dari penggunaan videotron yang lebih efektif dan efisien dibandingkan media konvensional seperti billboard. [1]

PT.Zeinta Tour & Travel Al-Fatih merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi umroh dan yaitu mengandalkan brosur yang dibagikan pada saat pengajian, sehingga hanya terbatas pada waktu dan tempat tertentu. Maka dengan tambahan media promosi pada videotron ini harapannya dapat menyempurnakan iklan promosi dan informasi pada PT.Zeinta Tour & Travel Al-Fatih. Hal ini dapat dilihat dari desain dan aplikasi multimedia yang dapat memberikan daya ingat kepada konsumen sehingga dapat memberikan informasi dan daya tarik kepada masyarakat, diharapkan dengan adanya iklan ini dapat menarik minat masyarakat. [2]

Motion graphic dikalangan broadcast memiliki kehadiran yang sangat kuat di televisi, seperti halnya komersial grafis, hiburan atau entertainment, promo atau opening sebuah program, grafik berita dan grafis yang penempatannya pada produk-produk iklan komersial. *Motion graphic* mungkin memiliki sedikit perbedaan dengan pengaplikasian di dalam film. Karena pengaplikasian *motion graphic* pada film persentasenya hanya sedikit dan biasanya digunakan sebagai opening tittle atau opening sequence.[3]



Gambar 1.1 Contoh Iklan *Motion graphic*
<https://youtu.be/JXWryVVBCmo>

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian dalam penyusunan Skripsi yang berjudul “Perancangan Iklan Videotron Pada PT.Zeinta Tour & Travel Al-Fatih Dengan Teknik *Motion graphic*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dirumuskan masalah yaitu: Bagaimana membuat iklan videotron pada PT.Zeinta Tour & Travel Al-Fatih Dengan Teknik *Motion graphic*?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini, dibatasi ruang lingkup yang lebih sempit yaitu:

- a. Penelitian dilakukan menggunakan *motion graphic 2D*
- b. Penulis hanya membahas *motion graphic* pada iklan bukan membahas dampak dari pembuatan iklan ini.
- c. Format standar iklan yang digunakan pada iklan PT.Zeinta Tour & Travel Al-Fatih adalah HDTV (high definition television)

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini secara garis besar sebagai berikut :

- a. Membuat video iklan videotron PT.Zeinta Tour & Travel Al-Fatih, yang berguna memberikan informasi pada masyarakat dan sekaligus menjadi media promosi paket umroh dan haji pada PT.Zeinta Tour & Travel Al-Fatih.
- b. Dapat menerapkan unsur-unsur pembuatan efek *motion graphic*.
- c. Menerapkan teknik-teknik pengeditan efek video yang telah dikuasai.

1.5 Manfaat Penelitian

Periklanan videotron yang telah selesai dibuat dapat digunakan PT.Zeinta Tour & Travel Al-Fatih sebagai media promosi dan dapat membantu penyebarluasan informasi kepada masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, metode penelitian kuantitatif adalah

pengukuran data kuantitatif dan statistic objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka maka penulis melakukan beberapa langkah sebagai berikut. [4]

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai PT. Zeinta Tour & Travel Al-Fatih dan permasalahan yang akan diteliti.

2. Observasi

Metode ini digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengamati dan menentukan poin-poin penting yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

3. Metode Literatur

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

1.6.2 Metode Analisis Data

Analisis terhadap objek yang akan diambil sumber datanya untuk keperluan pembuatan iklan. [4]

1.6.3 Metode Perancangan Iklan

Penulis merancang proses pra produksi yang nantinya bisa mempermudah dalam proses pembuatan iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut: [5]

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, dasar-dasar editing video, dasar-dasar efek visual dan software yang digunakan dalam proses editing video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan.

BAB V PENUTUP

Bagian ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.

