

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Untuk mengembangkan suatu perusahaan dibidang teknologi dan informasi. Kini sudah banyak produsen yang menerapkan metode-metode audio visual untuk sebuah pemasaran iklan pada perusahaan dan kejelasan informasi pada segmen pasar terhadap produk yang diiklankan akan menghasilkan tanggapan positif dari konsumen yang akan memberikan keuntungan bagi produsen. Dapat kita simpulkan bahwa penerapan audio visual semakin banyak digunakan dalam dunia periklanan.

Motion Graphic merupakan salah satu media atau salah satu sub dari ilmu desain grafis yang banyak digunakan dalam periklanan (TVC), film berupa tittle squence, opening atau promo program TV, ataupun stasiun TV dan ada juga digunakan untuk video clip music, atau profil perusahaan. Motion Graphic menampilkan animasi berupa gambar, tulisan dan grafik. merupakan alternatif yang kini sedang digunakan diberbagai media, baik itu televisi, web, internet, bahkan kini presentasi perusahaanpun sudah menggunakan motion graphic.

Berdasarkan observasi-observasi yang dilakukan penulis di objek penelitian ini, Visitnesia adalah Perusahaan travel dan tour yang berada di kota yogyakarta dan didirikan oleh seorang mahasiswa muda yang sekaligus menjadi owner dan founder di visitnesia. Dan penulis menemukan bahwa promosi yang dilakukan visitnesia tour and travel saat ini masih menggunakan media promosi sosial media seperti facebook, instagram, twitter, dan melalui radio. Dan belum mempunyai media promosi melalui iklan televisive. Dengan adanya media iklan komersial TV

dengan *motion graphic* ini diharapkan penyebaran informasi tentang visitnesia tour and travel dapat lebih efektif , efisien dan menyebarluas ke masyarakat

Dari latar belakang tersebut, maka penulis melihat adanya peluang dengan mengangkat sebuah judul “**PEMBUATAN IKLAN KOMERSIAL TV DAN PENERAPAN MOTION GRAPHIC UNTUK VISITNESIA TOUR AND TRAVEL** ” dengan adanya iklan animasi ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen dan dapat memperluas pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah Bagaimana menerapkan *motion graphic* dalam pembuatan iklan komersial tv dan Bagaimana cara mempromosikan Visitnesia Tour And Travel ke masyarakat luas dengan mudah.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas perlu adanya batasan masalah agar permasalahan yang akan dibahas dengan jelas maka dibuat batasan sebagai berikut :

1. Tidak adanya pengambilan gambar secara live shoot.
2. Menggunakan Motion Graphic.
3. Menggunakan Format video .mp4.
4. Iklan yang dibuat sebagai media promosi untuk Visitnesia Tour And Travel Yogyakarta dengan durasi kurang lebih 37 detik.

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud Dari Penelitian ini adalah :

1. Menambah media informasi tentang *Visitnesia Tour And Travel*.
2. Sebagai syarat kelulusan Program Studi STRATA-I Teknik Informatika
DI UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengenalkan *Visitnesia Tour And Travel* ke masyarakat luas melalui media iklan.
2. Mengimplementasikan *motion graphic* dengan software *Adobe After Effect* pada pembuatan iklan komersial tv *Visitnesia Tour And Travel* yang diharapkan dapat menampilkan sebuah iklan yang menarik.
3. Mengetahui dan memahami tata cara serta proses produksi Iklan Komersial tv.
4. Dapat merancang iklan pada *Visitnesia Tour And Travel* dengan *motion graphic*.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam pembuatan video promosi ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara melihat dan mempelajari iklan dengan motion graphic dan mengamati gaya pengolahan struktur iklannya

2. Metode Wawancara

Penulis melakukan langsung wawancara dengan owner visitnesia tour and travel dan para narasumber lainnya

3. Studi Pustaka.

Metode ini dilakukan dengan membaca buku untuk mendapatkan bahan tambahan yang bersifat teoritis dan relevan yang dapat menunjang laporan yang berkaitan dengan topik yang di ambil.

1.5.2 Metode Analisis

Pada tahap analisis, dilakukan proses identifikasi menggunakan metode analisis *SWOT*.

1.5.3 Metode Perancangan

Pada metode perancangan, di lakukan tahap praproduksi, yang meliputi konsep, naskah dan storyboard.

1.5.4 Metode Pengembangan

Pada metode pengembangan dilakukan tahap produksi dan pasca produksi, dimana Proses Produksi Desain *asset*, *setting background*, *Compositing*, *Editing*, dan *Rendering*.

1.5.5 Metode Testing

Setelah pembuatan video selesai, maka dilakukan pengujian dengan kuesioner menggunakan *survey* dimana survey tersebut ditujukan kepada orang yang belum paham multimedia dan owner visitnesia tour and travel untuk menilai dari sisi multimedia dan mengetahui apakah konten dan video yang telah dibuat telah sesuai dengan yang di harapkan.

1.5.6 Metode Implementasi

Pada metode implementasi, video promosi yang telah selesai akan di unggah ke TV local di Jogjakarta yaitu RBTv.

1.6 Sistematika Penulisan

Metode penulisan laporan dan sistematika penulisan laporan didasarkan untuk mempermudah dalam penyusunan laporan. Adapun sistematika penulisan pada laporan “**Pembuatan Iklan Komersial TV Dengan Penerapan Motion Graphic Untuk Visitnesia Tour And Travel Yogyakarta**” adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun yang dibahas memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan dan dijelaskan tentang tinjauan pustaka dan teori – teori mengenai : Definisi Iklan, Sejarah Motion Graphic , Konsep Iklan , Strategi Perancangan Iklan, Dan Lainnya.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan diberikan penjelasan tentang hal – hal yang berhubungan dengan analisis system yang meliputi analisis kebutuhan dan analisis kelayakan sistem. Dalam bab ini akan dibahas perancangan dari iklan dan penerapan motion graphic.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat tentang implementasi dari hasil perancangan iklan, yang mencakup Sebuah Perusahaan Tour And Travel yang dibuat. Selain itu juga berisi screen shot proses pengerjaannya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini memuat tentang kesimpulan yang diperoleh berdasarkan analisis terhadap Iklan Komersial Tv Untuk Visitnesia tour and travel yang telah dibuat.