

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berkembangnya teknologi pada masa kini membuat berbagai macam kampus berlomba-lomba untuk memanfaatkan teknologi sebagai penyalur informasi tentang keunggulan kampus tersebut. Terlebih lagi pada bidang teknologi informasi berbasis multimedia, salah satunya iklan animasi 2D menggunakan teknik *motion graphic*. Iklan sama halnya dengan promosi, Menurut Lupiyoadi (2001), promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Sedangkan Motion Graphic adalah suatu gambar atau object yang di rancang lalu di animasikan, Sehingga membuat video semakin menarik untuk dilihat.

Stikom Dinamika Bangsa adalah sebuah kampus yang memiliki basic di dunia Komputer dan Teknologi yang saat ini berada di Kota Jambi. Stikom Dinamika Bangsa memiliki beberapa jurusan, yaitu Sistem Informasi, Teknik Informatika, dan Sistem Komputer. Namun untuk penyebaran Informasi tentang Stikom Dinamika Bangsa masih menggunakan brosur dan informasi dari mulut ke mulut, hal ini membuat informasi seputar Stikom Dinamika Bangsa menjadi kurang maksimal, tidak tersebar luas, serta kurang jelas tersampaikan. Dengan

mengiklankan/mempromosikan secara digital akan membuat informasi tersampaikan dengan baik, salah satunya membuat Video iklan promosi dengan menggunakan Teknik Motion Graphic.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ber inisiatif untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul “ **Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik Motion Graphic pada kampus STIKOM DINAMIKA BANGSA**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan Latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, *Bagaimana Merancang dan Membuat Video Iklan Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik Motion Graphic pada kampus STIKOM DINAMIKA BANGSA ?*

1.3. Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang ada, berikut batasan-batasan masalah pada penelitian ini :

1. Informasi yang akan ditampilkan pada iklan ialah profil, fasilitas, serta keunggulan.
2. Video Iklan yang dibuat menggunakan jenis animasi 2D dengan *Teknik Motion Graphic* dan Live shot.
3. Tahapan penelitian sampai pda penyerahan video iklan promosi ini kepada pihak Stikom Dinamika Bangsa.

4. Software yang digunakan adalah Adobe Illustrator CC 2018, Adobe After Effect CC 2018, Adobe Photoshop CC 2018 dan Adobe Premier Pro CC 2018.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk dapat merancang dan membuat video iklan menggunakan *Teknik Motion Graphic*.

Dengan maksud tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat Stikom Dinamika Bangsa dikenal masyarakat luas dengan segala keunggulan dan fasilitasnya.
2. Untuk menyampaikan informasi seputar Stikom Dinamika Bangsa serta mempromosikan dengan bentuk video iklan.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Bagi Penulis

1. Menerapkan ilmu dan pengalaman yang didapat setelah mengikuti perkuliahan di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA, yaitu telah menempuh mata kuliah Komputer Grafis, Multimedia, Multimedia lanjut, Broadcasting, dan Perancangan film kartun.
2. Menambah pengetahuan dan pengalaman melalui survei dari teori-teori yang menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian ini.

1.5.2. Manfaat Bagi Stikom Dinamika Bangsa Jambi

1. Agar Stikom dinamika Bangsa dapat dikenal masyarakat luas, baik di dalam daerah maupun luar daerah, dengan informasi yang sama.
2. Membangun citra yang baik terhadap masyarakat, khususnya calon mahasiswa tentang keunggulan yang ada di Stikom Dinamika Bangsa.
3. Meningkatkan jumlah pendaftar di kampus Stikom Dinamika Bangsa.

1.6. Metode Penelitian

Berikut ada beberapa metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan iklan ini diantaranya adalah :

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengamati video-video iklan animasi 2D menggunakan Teknik motion graphic, metode ini digunakan untuk menambah referensi dalam perancangan video iklan yang akan dirancang nantinya.

1.6.1.2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi dan data-data dari Stikom Dinamika Bangsa secara langsung yang akan digunakan untuk keperluan perancangan video iklan.

1.6.1.3. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan adalah metode yang dilakukan dengan cara mencari dan mengamati referensi teori dari jurnal, buku, atau internet yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.6.2. Metode Analisis

Analisis yang digunakan adalah analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional, metode ini berguna untuk mempermudah penganalisisan suatu kebutuhan dari iklan yang akan di rancang dan dibuat nanti.

1.6.3. Metode Perancangan

Pada metode ini, perancangan dan pembuatan iklan memiliki tahapan, sebagai berikut : [1]

1. Praproduksi
2. Produksi
3. Pascaproduksi

1.6.4. Metode Implementasi dan Evaluasi

Pada tahap ini menggunakan metode pengujian dan pembahasan dalam pengimplementaisan animasi 2D dengan Teknik *Motion graphic* yang akan diterapkan pada video iklan Stikom Dinamika Bangsa, sehingga visualisasi informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh masyarakat.

1.7. Sistematika Penulisan

Maksud dan tujuan dari sistematika penulisan ini adalah untuk lebih memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian dan berikut format nya:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang Latar belakang masalah, Rumusan masalah, Batasan Masalah, Tujuan penelitian, Metode penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori berisi tentang tinjauan pustaka dan menguraikan teori-teori yang mendukung judul, dan isi pembahasan secara detail.

BAB III : ANALISIS PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil, fasilitas, dan keunggulan Stikom Dinamika Bangsa, analisis iklan yang akan dibuat serta analisis kebutuhan dan perancangan video iklan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang tahapan pembuatan dan pengaplikasian video iklan dengan Teknik *Motion Graphic* pada Stikom Dinamika Bangsa.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka memuat semua pustaka yang dijadikan acuan dalam penulisan skripsi yaitu semua sumber yang telah dikutip.