

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Asta Auliya Handycraft Batik Bobung merupakan jenis usaha rumahan yang bergerak dalam bidang kerajinan tangan berbahan dasar dari kayu pule dan sengon dengan lukisan batik yang menjadi ciri khasnya. Asta Auliya Handycraft Batik Bobung ini berlokasi di Desa Wisata Bobung, Putat, Patuk, Gunungkidul.

Berbagai jenis kerajinan tangan sudah dihasilkan oleh perusahaan ini seperti topeng, patung, wayang, serta berbagai macam sovenir dengan motif batik yang saat ini sudah diekspor ke beberapa negara. Asta Auliya Handycraft Batik Bobung melayani pesanan kerajinan tangan dalam jumlah besar maupun kecil. Dengan motif batik tentu saja selain menghasilkan kreatifitas juga mengangkat batik sebagai hasil karya bangsa Indonesia. Namun, meskipun hasil kerajinannya sudah sampai ekspor ke luar negeri, media promosi yang digunakan pada perusahaan ini masih menggunakan cara manual.

Cara manual yang di maksud adalah pada perusahaan ini hanya berpromosi dengan cara mengikuti pameran seperti FKY (Festival Kesenian Yogyakarta), membuat banner, memposting foto hasil karyanya di instagram dan facebook serta ada juga website akan tetapi saat ini website tersebut sudah tidak bisa diakses lagi.

Pada penelitian ini penulis mengusulkan pembuatan video iklan pada perusahaan Asta Auliya Handycraft Batik Bobung yang berjudul “Iklan Rumah Produksi Aneka Kerajinan Kayu pada Asta Auliya Handycraft Batik Bobung”.

Video iklan ini akan dibuat dengan menggunakan teknik motion graphic yang dipadukan dengan animasi 2D. Dengan adanya iklan ini diharapkan mampu mengenalkan hasil kerajinan kayu dari Asta Auliya Handycraft Batik Bobung kepada masyarakat baik dalam maupun luar negeri serta dalam jangka panjang mampu menambah omset perusahaan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah “Bagaimana pembuatan video iklan pada Asta Auliya Handycraft Batik Bobung dengan menerapkan teknik *motion graphic*?”

## 1.3 Batasan Masalah

Untuk membatasi permasalahan pada penelitian ini maka penulis membatasi pada :

1. Penelitian ini dilakukan di Rumah Produksi Asta Auliya Handycraft Batik Bobung di Desa Wisata Bobung, Putat, Patuk, Gunungkidul.
2. Iklan ini berupa animasi 2D dengan menggunakan teknik motion graphic.
3. Video iklan ini digunakan sebagai media promosi ke masyarakat.
4. Sasaran video iklan ini untuk semua golongan masyarakat.
5. Dikemas dengan format video MP4 dengan kualitas Full HD 1080p dengan resolusi 1920x1080p.

6. Software yang digunakan adalah Adobe Premiere Pro CC 2015, Adobe Illustrator CC 2015, Adobe After Effect CC 2015, Adobe Photoshop CC 2015, Adobe Audition CC 2015.
7. Durasi iklan yang ditampilkan adalah 1 menit.
8. Informasi yang disampaikan mencakup produk unggulan yang diproduksi Asta Auliya Handycraft.
9. Video Iklan ini akan ditayangkan di Youtube dan beberapa media sosial lainnya.
10. Penelitian ini hanya sebatas membahas penerapan *motion graphic* pada pembuatan video iklan perusahaan Asta Auliya Handycraft Batik Bobung.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk membuat Iklan layanan masyarakat pada Asta Aulia Handycraft Batik Bobung dengan menggunakan teknik Motion Graphic.
2. Iklan ini ditujukan untuk semua kalangan masyarakat baik dalam maupun luar negeri.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1. Untuk membantu perusahaan Asta Auliya Handycraft Batik Bobung mempromosikan hasil produksinya kepada seluruh kalangan masyarakat.

2. Memberi informasi kepada masyarakat bahwa motif batik dapat dilukiskan menggunakan media kayu.
3. Diharapkan dibuatnya iklan ini bisa menambah omset perusahaan.

## 1.6 Metode Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis melakukan penelitian, mengambil dan mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang akan dibahas. Beberapa penelitian ini akan dipakai dalam mendukung aktifitas penelitian adalah sebagai berikut.

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Metode Observasi

Suatu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mempelajari sistem dengan cara mengamati langsung objek penelitian.

#### 2. Metode Wawancara

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung mengenai perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas.

#### 3. Metode Studi Literatur

Suatu teknik pengumpulan data dengan membaca buku-buku pustaka yang merupakan penunjang dalam memperoleh data untuk melengkapi dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

### 1.6.2 Metode Analisis

Dalam mendukung kelayakan adapun analisis yang dibutuhkan yaitu meliputi:

1. Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang berhubungan langsung dengan penelitian ini.

2. Kebutuhan non Fungsional

Analisis kebutuhan yang dilakukan untuk mengetahui spesifikasi *hardware software* yang dibutuhkan selama pembuatan *video* iklan rumah produksi aneka kerajinan kayu Asta Auliya Handicraft

### 1.6.3 Metode Pembuatan Iklan

Merupakan metode yang digunakan dalam proses pembuatan iklan yang akan melalui beberapa tahapan seperti pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Berikut adalah urutannya :

1. Pra-Produksi

Merupakan metode dimana segala kegiatan yang berhubungan dengan persiapan sebelum melakukan produksi seperti :

- a. Ide Cerita
- b. Naskah
- c. Storyboard

2. Produksi

Merupakan metode implementasi dari hasil pra produksi seperti:

- a. Video

b. Audio

### 3. Pasca Produksi

Merupakan metode penyelesaian produksi multimedia menjadi hasil akhir, seperti :

a. Compositing dan Editing

b. Rendering

#### 1.6.4 Metode *Testing*

Peneliti melakukan testing terhadap video dengan melakukan penayangan kepada objek dan hasil akhir akan ditayangkan di youtube serta beberapa media sosial lainnya seperti facebook dan instagram.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menerapkan sistematika penulisan sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang bersifat teoritis, yaitu membahas tentang teori-teori yang berhubungan dengan video iklan dengan teknik motion graphic.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang analisis perancangan iklan berdasarkan rumusan masalah yang ada.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana mengimplementasikan teknik motion graphic pada iklan dan menjelaskan perancangan secara teknis serta memaparkan hasil.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan yang didapat dari keseluruhan laporan dan perancangan iklan, serta kritik dan saran yang berguna baik bagi penulis maupun pengguna lain yang ingin mempelajari.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan laporan skripsi ini.