

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Direct English merupakan lembaga kursus dalam bidang bahasa Inggris yang berada di Jl. Cik Di Tiro No.6, Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Didirikan tahun 1997, Direct English berlandaskan pada suatu sistem belajar yang unik, Tidak seperti kebanyakan kursus bahasa Inggris lainnya, Direct English berhasil karena sesuai dengan lingkungan anda. Kursus ini disesuaikan dengan kemampuan dan tujuan anda, maju sesuai dengan kecepatan dan beradaptasi dengan komitmen pekerjaan dan gaya hidup anda, sehingga anda memiliki fleksibilitas untuk belajar sesuai keinginan. membangun kepercayaan diri sejak hari pertama dan lebih cepat mencapai tujuan-tujuan anda.

Untuk memperkenalkan Direct English saat ini masih mengandalkan relasi dari mulut ke mulut, website serta media sosial seperti Facebook, Twitter. Direct English ingin mempromosikan tempat kursusnya dalam bentuk video animasi, Akan tetapi Direct English belum memiliki sumber daya manusia yang mampu untuk membuat video promosi dalam bentuk animasi.

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, maka penulis melakukan penelitian berjudul “Analisis dan Pembuatan Video Animasi 2D Direct English Menggunakan Teknik Motion Graphic Sebagai Media Promosi”. Adanya media promosi berbentuk animasi, diharapkan akan lebih efektif dalam menarik member untuk mengikuti kursus di Direct English.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana menganalisis dan pembuatan video animasi 2d Direct English menggunakan teknik motion graphic sebagai media promosi?

## 1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan masalah di atas, maka batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu :

1. Durasi video animasi 2D ini adalah 59 detik.
2. Penelitian ini pada objek Direct English
3. Informasi yang akan disampaikan adalah profil dari Direct English.
4. Teknik yang digunakan menggunakan *Motion Graphic*
5. Video promosi hanya ditayangkan di Instagram.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah Menganalisis dan pembuatan video animasi 2d Direct English menggunakan teknik motion graphic sebagai media promosi.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Video ini diharapkan dapat membantu dalam proses promosi kepada calon member akan lebih optimal.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Metode Observasi**

Observasi adalah mencari data dengan bertemu langsung dengan pemilik atau manajer objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan.

#### **b. Metode Wawancara**

Metode wawancara dilakukan dengan pihak pimpinan lembaga kursus, untuk mendapatkan data yang dibutuhkan pada media promosi.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Penelitian ini menggunakan analisis PIECES, dengan menganalisis Kinerja (*Performance*), Informasi (*Information*), Ekonomi (*Economy*), Kendali (*Control*), Efisiensi (*Efficiency*) dan Layanan (*Service*).

### **1.6.3 Metode Pembuatan**

Metode ini menjelaskan tentang proses pembuatan video animasi menggunakan *motion graphic* dari proses pembuatan animasi sampai menjadi *video promosi*.

### **1.6.4 Metode Perancangan**

Tahapan ini menggambarkan proses perancangan video animasi 2D sebagai media promosi. Perancangan video animasi 2D dapat menggunakan standar produksi animasi yang didalamnya terdapat beberapa langkah yaitu :

#### 1.6.4.1 Praproduksi

Tahap praproduksi adalah tahap dimana kita mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum iklan diproduksi secara nyata. Pemesan iklan dapat menghemat biaya dengan menyusun perencanaan yang baik sebelum memproduksi iklan. Pertama-tama yang harus dipikirkan produser pada tahap praproduksi adalah mempelajari naskah, *storyboard*, dan menganalisa teknik produksi yang akan diterapkan dalam produksi iklan. Teknik produksi tersebut meliputi „*live action*“, animasi, dan efek-efek optis (spesial).

#### 1.6.4.2 Produksi

Tahap produksi adalah periode selama iklan diproduksi secara komersial. Tahap ini meliputi kegiatan seperti pembuatan gambar (animasi), perekam suara, pengaturan pencahayaan.

#### 1.6.4.3 Pascaproduksi

Tahap pasca produksi adalah periode dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan diproduksi secara nyata untuk keperluan komersial. Kegiatan pascaproduksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesanan atau agensi, penggandaan, dan penyerahan atau penyiaran

## 1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih terarah dan terstruktur pada permasalahan dibuat dalam beberapa bab berdasarkan pokok-pokok permasalahan, yang diuraikan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang dibahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan teori konsep dasar *multimedia*, pengertian *motion graphic*, konsep dasar *video animasi*, proses dalam pembuatan *video promosi*.

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

Pada bab ini menjelaskan tentang uraian tinjauan umum dari Direct English, tinjauan sistem lama, identifikasi masalah yang menggunakan analisis PIECES, rancangan konsep video promosi, naskah promosi, *character, props, and location, storyboard* dan audio.

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

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video animasi 2D Direct English dengan teknik *motion graphic* serta pembahasannya.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengumpulan data serta beberapa saran untuk bahan peninjauan selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang sumber – sumber yang menjadi referensi/acuan dalam penyusunan tugas akhir ini.

**LAMPIRAN**

Berisi tentang data yang dibutuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasan.

