

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Samanata Trip Organizer merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *tour* dan *travel organizer*. Samanata Trip Organizer terletak di Ruko Panda RR Square Kav. B, Jl. Ringroad Utara, Depok Sleman Yogyakarta ini dibawah naungan PT. Samanata Surya Semesta, terbentuk pada pertengahan 2015 dan sudah melayani lebih dari 1000 customer yang memakai jasa Samanata Trip Organizer, berkantor pusat di Yogyakarta, Indonesia dengan kantor perwakilan perusahaan asing di Jakarta. Samanaa Trip Organizer bergerak dibidang jasa tiket pesawat, kereta api, paket wisata untuk individual, *group* ataupun *corporate*.

Samanata Trip Organizer telah mengusahakan berbagai macam upaya untuk mempromosikan produk-produknya dengan berbagai media seperti brosur, facebook, twitter, instagram dan juga website karena perusahaan ini tergolong baru dan belum begitu dikenal luas oleh masyarakat. Meskipun begitu pihak Samanata Trip Organizer tidak mau berhenti sampai disitu dan terus mengupayakan inovasi dalam media promosi, salah satunya dengan melalui iklan televisi. Melalui iklan televisi, dengan mengunakan motion graphic yang merupakan penerapan animasi 2D, diharapkan dapat membantu mempromosikan Samanata Trip Organizer kepada masyarakat luas.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian yang membahas *motion graphic* untuk iklan televisi dengan skripsi yang berjudul :

**“Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Pada Samanata Trip Organizer Yogyakarta”.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, dapat diidentifikasi masalah yang timbul yaitu : bagaimana membuat iklan televisi pada samanata trip organizer ?

### **1.3 Batasan Masalah**

Memfokuskan pembahasan dalam hal ini, batasan ruang lingkup yang lebih sempit, yaitu :

1. Video iklan dalam bentuk animasi 2D berupa *motion graphic*.
2. Video ini nantinya akan digunakan sebagai media iklan oleh Samanata Trip Organizer.
3. Software yang penulis gunakan adalah Adobe After Effect CC 2017, Adobe Premier Pro CC 2017, Adobe Illustrator CC 2017, dan Adobe Audition CC 2018.
4. Format standar iklan yang digunakan pada iklan Samanata Trip Organizer adalah *HDTV (High Definition Television)*. Ukuran yang digunakan HD 1920 x 1080 px dengan Aspek Rasio 16:9.
5. Hasil video akan ditayangkan di Televisi.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.4.1 Maksud Penelitian

1. Membuat video iklan berbasis animasi *motion graphic* untuk Samanata Trip Organizer.
2. Untuk membantu mempromosikan Samanata Trip Orgaizer kepada masyarakat.
3. Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan Samanata Trip Organizer sebagai media promosi, yang dapat membantu dalam informasi dan promosi kepada masyarakat.

### 1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Bagi Penulis
  - a. Sebagai syarat utama dalam menyelesaikan Program Studi S1 untuk memperoleh gelar Sarjana Jurusan Sistem Informasi pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.
  - b. Agar memperoleh gambaran secara nyata bagaimana cara memproduksi iklan televisi.
  - c. Sebagai media penerapan ilmu serta uji coba kerja sebelum terjun ke dunia kerja yang lebih mempunyai daya saing tinggi.
2. Bagi Perusahaan
  - a. Membantu memfasilitasi perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran agar masyarakat lebih mengenal Samanata Trip Organizer.

- b. Meningkatkan daya tarik masyarakat supaya menggunakan jasa Samanata Trip Organizer.
3. Bagi Masyarakat
    - a. Mendorong agar masyarakat tertarik untuk menggunakan jasa Samanata Trip Organizer.
    - b. Agar masyarakat menangkap pesan yang disampaikan oleh perusahaan kepada khalayak ramai.
    - c. Agar masyarakat terutama peminat Teknik *motion graphic* dapat terbantu dalam perancangannya.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Laporan penelitian ini disusun dengan metode-metode sebagai berikut:

- a. Metode Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung apa saja yang Samanata Trip Organizer tawarkan, untuk memberi poin-poin penting yang akan disampaikan dalam iklan yang akan dibuat.

- b. Metode Studi Pustaka

Penulis mengumpulkan data melalui buku-buku dan segala materi yang berkaitan dengan proses produksi yang dapat di peroleh di perpustakaan maupun file-file dari Internet serta tempat observasi.

c. **Metode Wawancara**

Penulis bertanya dan berkonsultasi langsung dengan pihak Samanata Trip Organizer untuk mengumpulkan informasi dari seorang yang berwenang dalam perusahaan tersebut.

**1.5.2 Metode Identifikasi Masalah**

Menjelaskan pokok masalah yang tercermin di latar belakang masalah.

**1.5.3 Metode Analisis**

Metode yang digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah iklan yang dibuat dan analisis kebutuhan iklan.

**1.5.4 Metode Perancangan**

Metode merancang konsep pembuatan iklan dan desain yang disiapkan sesuai dengan konten yang akan disampaikan.

**1.5.5 Metode Produksi**

Metode memproduksi iklan dan alur produksi iklan yang akan dibuat.

**1.5.6 Metode Testing**

Metode testing dan evaluasi hasil produksi iklan yang telah dibuat dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan di televisi lokal yogyakarta.

**1.5.7 Metode Implementasi**

Metode untuk mengimplementasikan karya yang dibuat sebagai karya ilmiah penulis.

**1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang secara garis besar adalah sebagai berikut :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab I menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada BAB II akan menjelaskan landasan teori yang digunakan sebagai dasar untuk penelitian skripsi. Landasan teori berisi Tujuan Pustaka dan Dasar Teori yang mendukung dilakukan penelitian.

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

Pada BAB III dijelaskan mengenai analisis teknik *motion graphic* yang penulis bahas, profil singkat Samanata Trip Organizer, dan analisis mengenai pra produksi

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab IV akan membahas tentang proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas pada BAB III, yaitu pada tahap Produksi dan Pasca Produksi.

## **BAB V PENUTUP**

Pada Bab V membahas tentang kesimpulan serta saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi tentang referensi yang digunakan dalam pembuatan iklan.

## **LAMPIRAN**

Berisi tentang informasi atau data yang dibutuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasa.