

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi mendorong promosi suatu produk maupun jasa tak hanya berkulat sekadar gambar diam di tiang reklame atau terpajang super besar di halaman depan sebuah situs. Persaingan dalam dunia usaha saat ini sangat ketat dibutuhkan teknik dan cara promosi yang efisien agar dapat bertahan dan berkembang dalam dunia usaha.

Harvest Records Yogyakarta merupakan sebuah badan usaha yang bergerak dalam bidang *professional recording studio* dan *music production* saat ini menggunakan media desain grafis cetak dan digital sebagai media promosi. Media cetak yang digunakan sebagai media promosi adalah banner dan brosur, sedangkan untuk promosi digital melalui video live shoot dan radio. Pada saat ini media promosi tersebut sudah biasa bagi Harvest Records, sedangkan promosi menggunakan *video motion graphic* adalah hal yang baru dan belum pernah digunakan.

*Motion graphic* adalah animasi yang berisikan teks maupun gambar yang diolah sedemikian rupa, sehingga membentuk ilusi seolah-olah teks atau gambar tersebut bergerak, berpindah tempat, berputar, atau efek lainnya. Jika dibandingkan media animasi lain seperti animasi kartun 2D atau 3D yang lebih kompleks, *motion graphic* bisa dibilang sebagai “infografik yang dianimasikan” dengan komponen yang lebih sederhana dan biaya pembuatan yang lebih terjangkau.

Dari beberapa faktor kendala media promosi baik media cetak dan media digital, penulis menyimpulkan ingin membuat sebuah video iklan *motion graphic* sebagai media promosi yang menarik dan tentunya mempunyai nilai komersil dalam usaha yang mampu memberikan karakteristik dan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Maka dalam penelitian dan pembuatan skripsi ini penulis mengambil judul **“Perancangan Video Infografis Sebagai Media Promosi Dan Informasi Dengan Menggunakan Motion Graphic Pada Harvest Records Yogyakarta”** diharapkan kegiatan iklan menggunakan video *motion graphic* merupakan salah satu media yang efektif untuk iklan produk.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah *“Bagaimana merancang video infografis Harvest Records sebagai media informasi dan promosi dengan menggunakan teknik motion graphic?”*

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan , yaitu :

1. Penelitian ini dilakukan di Harvest Records Yogyakarta.
2. Video infografis ini berupa animasi dua dimensi menggunakan teknik *motion grafic*.
3. Iklan tersebut berdurasi 46 detik.

4. Dikemas dengan format file video .mp4 dengan kualitas HD 720p resolusi  $1280 \times 720p$ .
5. Elemen desain dibuat menggunakan *Adobe Photoshop CC 2017*.
6. Elemen Audio dibuat menggunakan *Adobe Audition CC 2017*.
7. Pembuatan video menggunakan *Adobe After Effect CC 2017*.
8. Penelitian ini hanya sebatas membuat sesuai dengan kebutuhan objek penelitian kemudian diserahkan untuk dijadikan sebagai bahan promosi dan diterapkan pada sosial media Harvest Records Yogyakarta.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan video iklan guna membantu memasarkan Harvest Records kepada masyarakat. Iklan promosi ini akan diserahkan kepada pihak “Harvest Records Yogyakarta” sebagai bahan promosi dan di tampilkan di sosial media.
2. Mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi yang terdapat di “Harvest Records Yogyakarta” melalui iklan video promosi tersebut.
3. Sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana pada Program Strata 1 Informatika Universitas “AMIKOM” Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari “Perancangan Video Infografis “Harvest Records Yogyakarta” Sebagai Media Informasi Dengan Menggunakan Teknik *Motion Graphic*” yaitu :

### 1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Mengembangkan dan menambah wawasan serta ilmu pengetahuan dalam bidang teknologi informasi.
2. Mengasah keahlian dalam menerapkan teknik *motion graphic* dalam pembuatan *video infografis sebagai media promosi* untuk Harvest Records Yogyakarta.

### 1.5.2 Manfaat Bagi Harvest Records Yogyakarta

1. Memberikan konsep baru dalam proses promosi perusahaan untuk lebih dikenal masyarakat dan perusahaan lain.
2. Memberikan gambaran tentang “Harvest Records Yogyakarta” kepada konsumen dalam bentuk video promosi.

### 1.5.3 Manfaat Bagi Masyarakat Umum

1. Memberikan pandangan agar konsumen tertarik pada studio Harvest Records.
2. Memberi informasi kepada masyarakat dengan cara yang lebih mudah dimengerti dan berbeda dari yang lain.

### 1.5.4 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

Sebagai referensi karya ilmiah dalam bentuk laporan skripsi bagi mahasiswa yang mengerjakan skripsi.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.6.2.1 Metode Observasi**

Metode observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati kegiatan untuk melakukan pengukuran terhadap objek penelitian.

#### **1.6.2.2 Metode Wawancara**

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada pimpinan "Harvest Records Yogyakarta" yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang "Harvest Records Yogyakarta" untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa penelitian.

#### **1.6.2.3 Studi Pustaka**

Studi pustaka dilakukan dengan cara mempelajari literatur - literatur yang valid dan juga berkaitan dengan penelitian yang akan dibahas untuk dijadikan pedoman dalam penyusunan laporan.

#### **1.6.2.4 Studi Perpustakaan**

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari buku, karya tulis artikel dan refrensi lainnya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan iklan.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Melakukan Analisa data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut, Analisis dalam penelitian ini adalah kebutuhan.

Analisis kebutuhan merupakan analisis yang di dalamnya akan menganalisis kebutuhan fungsional dan nonfungsional, kebutuhan *brainware*, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

### **1.6.3 Metode Perancangan**

Pada metode perancangan terdapat proses pra produksi. Pencarian ide atau gagasan merupakan hal pertama yang dilakukan. Dilanjutkan mencari data yang dibutuhkan. Kemudian menentukan tema dan pembuatan *storyboard*. Dalam pra produksi juga membahas standar karakter yang akan digunakan.

### **1.6.4 Metode Pengembangan**

Pada metode pengembangan terdapat tahap produksi. Dimana dimulai dengan membuat aset-aset dan karakter yang digunakan dalam animasi *motion graphic* yang akan dibuat, Selanjutnya mengelolanya agar menjadi sebuah animasi *motion graphic* seperti yang dirancang dengan panduan *storyboard* yang telah dibuat dalam tahap pra produksi. Menggabungkan animasi dengan *voice* dan *sound effect*. Kemudian melakukan *review* hasil. Jika terjadi kesalahan maka langsung dilakukan perbaikan.

### **1.6.5 Metode Evaluasi**

Pada metode evaluasi terdapat pada pasca produksi. Animasi *motion graphic* yang telah dibuat akan diuji untuk menentukan kualitasnya serta memperoleh data yang akan digunakan sebagai bahan revisi produk. Pengujian

yang dilakukan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada pihak “Harvest Records Yogyakarta”

### **1.6.6 Sistematika Penulisan**

Penulisan memberikan sistematika berdasarkan bab-bab yang berurutan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya untuk mempermudah penyusunan penulisan laporan pada skripsi yaitu sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab I ini akan dibahas tentang gambaran umum mengenai penulisan skripsi ini. Dimana terdiri dari : latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

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

Bab II ini Tinjauan pustaka, membahas sistem secara umum yang meliputi konsep dasar multimedia, teknik animasi dan teori analisis serta teori mengenai kuesioner.

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

Bab III ini menguraikan tentang profil “Harvest Records Yogyakarta”, analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional berupa kebutuhan *software*, *hardware*, dan *brainware* serta tahap pra produksi.

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

Bab IV ini membahas tentang produksi dan pasca produksi dalam perancangan video iklan.

## **BAB V      PENUTUP**

Bab V ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Yang didalamnya akan dibahas mengenai evaluasi hasil akhir dari penelitian. Kesimpulan berisi keseluruhan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab – bab sebelumnya, dan juga disertai beberapa saran – saran yang mungkin berguna untuk mengembangkan pembuatan program aplikasi dalam media promosi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang sumber – sumber dan referensi yang dijadikan acuan dalam penulisan skripsi yaitu semua sumber yang dikutip dalam membantu penyelesaian skripsi.