

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan Motion Graphic begitu pesat, seiring dengan banyaknya software motion graphic yang menawarkan berbagai kemudahan dan keistimewaan. Dengan *Motion Graphic* beberapa informasi bisa disampaikan sekaligus dalam satu *scene* video. Teknik *Motion Graphic* menjadi elemen penting yang harus ada. Elemen-elemen yang didapat berupa text, gambar, suara, video, animasi yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

Saat ini persaingan lembaga pendidikan formal untuk bersaing meningkatkan prestasi sangat ketat. Pengalaman SMK N 1 Godean di dalam berbagai macam kegiatan sudah dibuat sebelumnya menggunakan media visual berupa brosur yang disebarluaskan melalui media cetak maupun media social untuk dipublikasikan dan menyampaikan informasi. Brosur hanya berisi text dan gambar. Namun publikasi cara tersebut belum bisa menyampaikan informasi secara maksimal.

Dari permasalahan yang sudah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa pentingnya sebuah iklan berupa video guna mendukung kebutuhan promosi dan inovasi memiliki media promosi yang disajikan dalam bentuk video membuat masyarakat umum dan pelajar, akan lebih mudah dalam hal mengingat dan mengetahui informasi prestasi-prestasi SMK N 1 Godean. Video sendiri mempunyai keunggulan yang mana pada sebuah media pemasaran dapat mencakup 5 unsur multimedia sekaligus berupa video, teks, gambar, animasi, dan suara yang

tidak bisa disampaikan lewat media cetak. Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang ada pada SMK N 1 Godean, maka penulis mengambil Skripsi “Perancangan Video Promosi SMK N 1 Godean menggunakan Teknik Motion Graphic”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah, Bagaimana merancang video promosi SMK N 1 Godean dengan teknik *motion graphic*?

1.3. Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pembuatan video promosi menggunakan Software Adobe After Effect CC 2015
2. Video ini dapat dimainkan menggunakan aplikasi *video player*
3. Perangkat lunak yang digunakan:
 - a) Adobe After Effect CC 2015
 - b) Adobe Illustrator CC 2015
 - c) Adobe Audition CC 2015
 - d) Adobe Media Encoder CC 2015
4. Hasilnya video promosi menggunakan *motion graphic* akan menjadi kewenangan sekolah dalam penayangannya.
5. Video Promosi SMK N 1 Godean berdurasi 1:menit 54 detik akan di upload di akun *youtube* SMK N 1 Godean.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari pembuatan video promosi yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini adalah untuk membuat dan merancang video promosi tentang Sekolah SMK N 1 Godean. Sehingga masyarakat umum dan pelajar mudah mendapatkan informasi SMK N 1 Godean, dan sebagai sarana promosi sekolah.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat bagi Penulis

1. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan yang diajarkan khususnya pengetahuan teknik *motion graphic*
2. Memperoleh informasi yang nyata tentang SMK N 1 Godean.
3. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program S1 Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta

1.5.2. Manfaat bagi Objek Penelitian

1. Memberikan gambaran video promosi kepada SMK N 1 Godean.
2. Video Promosi ini di-
3. arapkan menjadi media pembantu SMK N 1 Godean saat promosi.
4. Meningkatkan nilai mutu promosi periklanan SMK N 1 Godean.

1.5.3. Manfaat bagi Masyarakat

1. Memudahkan masyarakat saat mencari informasi SMK N 1 Godean
2. Memberikan informasi tentang kualitas pendidikan SMK N 1 Godean.

1.6. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode yaitu:

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Metode Observasi

Proses pengamatan terhadap media promosi yang pernah dibuat oleh SMK N 1 Godean dan pengamatan terhadap video visual effect yang mempunyai ciri yang sama.

1.6.1.2. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara mewawancarai langsung pihak SMK N 1 Godean untuk mendapatkan informasi dan data yang akurat.

1.6.1.3. Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data yang bersumber dari jurnal ilmiah nasional, media cetak ataupun media elektronik, buku, perpustakaan dan koleksi buku pribadi.

1.6.1.4. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diajukan kepada responden. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat/direkam.

1.6.2. Metode Analisis

Melakukan analisis data yang dikumpulkan untuk menyusun dan merancang iklan tersebut. Analisis yang digunakan yaitu analisis Kebutuhan non Fungsional dan analisis SWOT. Didalam analisis SWOT akan membahas tentang kekuatan

(*streght*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threat*) dari video promosi ini. Dalam analisis kebutuhan non fungsional membahas *softwarea*, *hardware*, dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

1.6.3. Metode Perancangan

Metode perancangan penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah perencanaan seperti ide cerita, naskah iklan, pembuatan *storyboard* iklan.

1.6.4. Metode Pengembangan

Pada metode pengembangan terdapat tahap produksi. Dimana dimulai dengan membuat aset-aset dan karakter yang akan digunakan dalam motion graphic yang akan dibuat. Selanjutnya mengolahnya seperti yang dirancang pada *storyboard*. Kemudian menggabungkan animasi dengan *voice* dan *sound effect*. Kemudian melakukan *review* hasil sementara, jika diperlukan akan dilakukan perbaikan.

1.6.5. Metode Evaluasi

Pengujian terdapat pada tahap pasca produksi video *motion graphic* yang telah dibuat akan diuji untuk menentukan kualitasnya serta memperoleh data yang akan digunakan sebagai bahan revisi jika diperlukan. Pengujian yang dilakukan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada sample responden.

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tinjauan pustaka pembuatan iklan, teori multimedia dan software yang akan digunakan untuk pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan yaitu analisis masalah, analisis kebutuhan sistem dan analisis SWOT.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menerangkan tentang perancangan iklan dan pembahasan tentang iklan yang akan dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran pada saat pembuatan skripsi