

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Motion graphics merupakan salah satu media atau salah satu ilmu desain grafis yang banyak digunakan dalam periklanan, *opening* atau promo program TV, station id TV, dan ada juga yang digunakan untuk video klip musik, atau sebagai company profile. Motion graphics pada umumnya merupakan gabungan dari potongan-potongan desain atau animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis, dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti 2d, 3d, video, film, typografi ilustrasi, fotografi dan musik.

Jamu tradisional sampai sekarang belum banyak yang tahu khasiatnya. Namun kini tidak sedikit generasi muda yang mewarisi kepercayaan para orang tua bahwa jamu tradisional memberikan macam khasiat untuk tubuh. Rumah Jamu Jati Husada Mulya ingin merubah image terhadap jamu tradisional yang bebas bahan kimia daripada suplemen modern yang banyak beredar di pasaran. Saat ini Jati Husada Mulya merupakan rumah produksi jamu tradisional dalam menginformasikan khasiat produk mereka dalam jamu masih menggunakan media cetak. Media cetak sudah cukup bagus untuk memberikan informasi yang bersifat tertulis, akan tetapi visualisasi akan khasiat jamu terhadap manusia belum dapat tervisualkan lewat media cetak.

Penulis membuat sebuah video iklan untuk memperkenalkan produk dan memvisualisasikan efek jamu yang masuk kedalam tubuh manusia dengan teknik motion graphics. Periklanan dengan menggunakan motion graphics memiliki beberapa

keunggulan dari pada menggunakan live shot, misalnya menampilkan naga terbang yang membawa susu, yang di mana tidak bisa dilakukan secara live shot.

Diharapkan dengan menggunakan motion graphics dapat menjembatani kedua hal tersebut sehingga video periklanan yang dihasilkan maksimal. Hasil pembuatan tugas akhir ini sebuah video iklan yang berbentuk motion graphics tentang produk dari Rumah Jamu dari proses pembuatannya, alamat, jam operasionalnya dan khasiatnya bagi kesehatan tubuh.

Dari latar belakang masalah tersebut, penulis mengangkat sebuah judul “IMPLEMENTASI 2D MOTION GRAPHIC PADA PEMBUATAN IKLAN RUMAH JAMU JATI HUSADA MULYA YOGYAKARTA”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka diperlukan perumusan suatu masalah yang perlu dipecahkan “Bagaimana mengimplementasikan *2D Motion Graphic Pada Pembuatan Iklan Rumah Jamu Jati Husada Mulya Yogyakarta*” untuk meningkatkan minat jamu pada masyarakat ?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka batasan masalah yang dilampirkan, yaitu :

1. Penelitian ini berpusat pada pembuatan video iklan Rumah Jamu Jati Husada Mulya Yogyakarta dengan motion graphics.
2. Target tayang iklan di Media Online.
3. Target durasi Iklan 2 menit.

4. Informasi yang disampaikan mencakup 1 Produk unggulan serta Visualisasi khasiat jamu Jati Husada Mulya.
5. Video iklan diuji dari animasi 2D motion graphic dan visualisasi akan khasiat jamu terhadap tubuh manusia.
6. Pengujian dilakukan oleh masyarakat dan ahli multimedia.
7. Video menjadi kewenangan Rumah Jamu Jati Husada Mulya untuk menggunakannya.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dicapai dalam pembuatan skripsi ini, yaitu :

1. Membuat Periklanan menggunakan animasi 2D dengan teknik motion graphic.
2. Memanfaatkan jamu tradisional sebagai obat herbal dan perkembangan teknologi multimedia untuk periklanan.
3. Menghasilkan video iklan produk jamu tradisional dan visualisasi khasiat jamu dalam tubuh manusia sebagai media pemasaran.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari “Implementasi 2D Motion Graphic Pada Pembuatan Iklan Rumah Jamu Jati Husada Mulya Yogyakarta” sebagai media periklanan animasi 2D, yaitu :

1.5.1 Manfaat bagi Rumah Jamu Jati Husada Mulya Yogyakarta

1. Membantu mempromosikan produk Rumah Jamu Jati Husada Mulya Yogyakarta.

2. Meningkatkan mutu promosi produk Rumah Jamu Jati Husada Mulya Yogyakarta.
3. Memberikan informasi tentang produk dan khasiat jamu dari Jati Husada Mulya Yogyakarta dalam bentuk video iklan animasi 2D motion graphic.
4. Dapat digunakan sebagai materi presentasi.

1.5.2 Manfaat bagi produsen dan konsumen

1. Memperkenalkan produk-produk yang berkualitas nasional kepada konsumen/masyarakat luas, sebagai rumah produksi jamu tradisional.
2. Memberikan keuntungan bagi produsen jamu tradisional.
3. Menginformasikan kepada masyarakat luas tentang pengetahuan akan keuntungan mengkonsumsi jamu tradisional bagi kesehatan tubuh.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari, membaca, mempelajari dan memahami buku dari perpustakaan Universitas Amikom Yogyakarta yang berkaitan dengan metode tahap produksi video periklanan.

2. Metode Observasi

Observasi dilakukan penulis dengan cara melakukan penelitian dan pengamatan terhadap iklan-iklan animasi 2D yang menggunakan teknik motion graphic buatan dalam negeri maupun luar negeri untuk dijadikan referensi tersebut.

3. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak ketua kelompok Rumah Jamu Jati Husada Mulya Yogyakarta, untuk mendapatkan data yang akurat dan valid dalam penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam langkah penganalisisan terhadap data perusahaan, untuk mengetahui konsep yang digunakan penulis, yang akan dicantumkan dalam desain video periklanan animasi 2D motion graphic.

1.6.3 Metode Produksi

Langkah-langkah dalam melakukan produksi, penulis menentukan sebuah desain untuk periklanan, yaitu :

1.6.3.1 Tahap Pra Produksi

1. Merancang Ide

Merancang ide pembuatan animasi 2D dan motion graphic. Proses ini pencarian ide dan konsep serta gagasan yang akan dibuat.

2. Merancang konsep

Tahap ini merupakan dasar perancangan pembuatan animasi 2D. Dalam hal ini penulis mengambil konsep motion graphic sebagai media promosi dan pemvisualisasian khasiat jamu terhadap manusia.

3. Desain

Proses ini pembuatan sketsa dasar dari animasi 2D motion graphic yang akan dibuat.

4. Merancang Naskah

Merancang naskah merupakan spesifikasi lengkap dari narasi yang akan disajikan. Animasi 2D motion graphic pengenalan produk sebagai media promosi dan visualisasi akan khasiat jamu terhadap manusia.

5. Storyboard

Merupakan bentuk visual/gambar skenario yang dibuat kotak-kotak seperti komik menggambarkan adegan-adegan yang akan dibuat. Merupakan panduan utama dari proses produksi animasi.

1.6.3.2 Tahap Produksi

1. Pembuatan Karakter

Tahap ini penulis membuat karakter.

2. Key Animasi

Penggerakan animasi dengan perubahan yang ekstrim.

3. Background

Pembuatan background untuk pemberian gambar.

4. Dubbing

Pengisian dan pengeditan suara menggunakan.

1.6.3.3 Tahap Pasca Produksi

Tahap dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata.

1. Compositing

Proses penggabungan objek-objek yang telah dipisahkan.

2. Editing

Terdapat proses pengolahan, pemotongan, penggabungan video. Pemberian efek transisi, penambahan teks.

3. Finishing

Proses Rendering dan Publishing.

1.6.4 Evaluasi

Proses menilai sesuatu yang didasarkan pada kriteria dan tujuan yang telah ditetapkan.

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian terstruktur dan mudah dipahami, dimuat sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tinjauan pustaka, dan dasar-dasar teori yang digunakan serta software-software yang digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Berisi tentang tinjauan umum objek penelitian, menjabarkan semua analisis kebutuhan, analisis kelayakan, dan metode yang digunakan. Memuat pra produksi dalam perancangan video iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang penerapan metode-metode tahap produksi di objek penelitian.

Membahas produksi dan pasca produksi dalam perancangan video iklan.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran yang dirangkum penulis selama penelitian dalam mengembangkan pembuatan program aplikasi dalam media periklanan

