

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital sekarang ini teknologi informasi semakin maju, seiring dengan berkembangnya ide dan kreatifitas para ahli teknologi. Banyak para pelaku usaha mulai memanfaatkan teknologi informasi untuk mempromosikan produk – produk mereka agar lebih mudah terjual. Media sosial menjadi media paling di gandrungi karena selain mudah dan murah, orang - orang kini banyak menggunakan media sosial dalam kegiatan sehari – hari nya. [1].

Perkembangan multimedia saat ini memberikan peluang bagi masyarakat untuk mempermudah aktivitas mereka sehari-hari, salah satu pemanfaatan multimedia sebagai media promosi [2]. Salah satu variasi media dalam menyajikan sebuah informasi adalah motion graphic, motion graphic menggabungkan semua elemen multimedia seperti gambar, teks, suara dan animasi dalam menyajikan informasi yang menarik. Sehingga audiens yang menyaksikan lebih tertarik untuk mengikuti informasi yang disajikan. Media promosi yang menggunakan teknik motion graphic informasi yang di sajikan mudah untuk dimengerti karena informasi yang disampaikan berbentuk visual dan audio.[3]

GMEDIA (PT Media Sarana Data) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi, mulai dari solusi internet, sistem komputasi awan, laboratorium riset Artificial Intelligence dan juga Internet of Things, pengembangan Software dan Apps, serta layanan konsultasi IT bagi pelanggan yang membutuhkan solusi berbasis teknologi. GMEDIA sendiri mempunyai layanan Internet For Home yang di berinama Fiberstream [4]. Penelitian ini bertujuan untuk memvisualisasikan produk iklan internet rumahan Fiberstream dari PT. Media Sarana Data (GMEDIA), berdasarkan hal tersebut maka dibuatlah pembaharuan model iklan sebelumnya untuk media sosial Instagram sesuai dengan apa yang pihak perusahaan sepakati, maka dari itu dibuatlah video iklan motion graphic menjadi kesepakatan antara peneliti dan perusahaan sebagai media

informasi kepada konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, dengan ini peneliti merumuskan masalah yaitu sebagai berikut: Bagaimana mengimplementasikan teknik motion graphic pada pembuatan iklan fiberstream?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan - batasan masalah yang akan di teliti agar penelitian tidak menyimpang dan mencapai tujuan yang diinginkan, dengan ini peneliti merumuskan beberapa batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di PT. Media Sarana Data (GMEDIA)
2. Produk yang akan diteliti adalah layanan dari fiberstream.
3. Animasi iklan akan dibuat menggunakan animasi motion graphic.
4. Format file animasi adalah H.264 full HD 1080P, 1920 X 1080P (Potrait 16:9)
5. Video iklan memiliki target durasi kurang dari 60 detik.
6. Iklan akan diposting di akun media sosial Instagram @fiberstream.id.
7. Informasi iklan akan dievaluasi oleh PT. Media Sarana Data dan teknik animasi akan di evaluasi oleh ahli multimedia.
8. Software yang digunakan adalah Adobe After Effect CC 2021, Adobe Illustrator CC 2020, Adobe Premier Pro 2021.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat video iklan sebagai media promosi produk Fiberstream
2. Memberikan informasi kepada masyarakat akan layanan-layanan yang ada pada Fiberstream.

1.5 Manfaat Penelitian

Tuliskan Manfaat dari penelitian ini dapat dirasakan oleh dua pihak yaitu bagi peneliti dan objek penelitian, adapun manfaat tersebut adalah

1. Manfaat untuk peneliti: Sebagai syarat kelulusan dalam mengerjakan skripsi di program Teknologi Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Manfaat untuk PT. Media Sarana Data: Mendapatkan iklan dengan konsep atau sajian animasi motion graphic
3. Manfaat untuk masyarakat: Mendapatkan informasi yang lebih detail dari layanan-layanan yang ada pada Fiberstream.
4. Manfaat untuk animator: Sebagai acuan dalam pembuatan motion graphic terutama iklan layanan fiberstream

1.6 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan skripsi adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metodologi Pengumpulan data

1. Wawancara: metode ini digunakan untuk melakukan wawancara untuk mencari data apa yang perlu dibutuhkan di dalam iklan, wawancara dilakukan kepada salah satu pihak dari PT. Media Sarana Data
2. Studi Pustaka: dilakukan untuk mencari buku atau referensi dimana referensi tentang motion graphic
3. Referensi: ditujukan untuk mencari referensi bentuk-bentuk iklan yang ada di sosial media yang mana iklan tersebut untuk iklan fiberstream

1.6.2 Metodologi Perancangan

1. Pra produksi: Mendiskusikan produk iklan dengan tim digital marketing dan kepala kreatif tentang isi konten iklan dan layanan apa saja yang akan diproduksi.
2. Produksi: Membuat asset desain, merancang storyboard, membuat desain iklan dan membuat motion graphic dari desain iklan.
3. Pasca produksi: Memberikan preview kepada kepala kreatif dan tim digital marketing untuk evaluasi konten iklan.

1.6.3 Metode Evaluasi

1. Evaluasi Aspek Informasi adalah evaluasi untuk menentukan apakah informasi yang ada di iklan sesuai dengan apa yang di inginkan oleh PT.

Media Sarana Data, maka dari dari itu evaluasi ini di tujukan kepada pihak dari PT. Media Sarana Data.

2. Evaluasi Teknis di tujukan untuk mendapatkan hasil kelayakan animasi motion graphic, evaluasi ini akan ditujukan kepada orang-orang yang bergerak di bidang multimedia.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN, berisi Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori yang digunakan, ...

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini merupakan tahapan yang penulis lakukan dalam mengembangkan aplikasi, testing hingga penerapan aplikasi di objek penelitian, ...

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini merupakan tahapan yang penulis lakukan dalam mengembangkan aplikasi, testing hingga penerapan aplikasi di objek penelitian, ...

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian, ...

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN