

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Motion graphic* sekarang telah menjadi bagian utama dari lanskap visual kontemporer dengan teknologi interaktif yang menggabungkan TV, Internet, dan Lingkungan yang mendalam (Jon Krasner, 2008) [1]. *Motion Graphic* dewasa ini berkembang begitu pesat, seiring dengan banyaknya *developer software motion graphic* yang berlomba menawarkan berbagai kemudahan dan keistimewaan dalam *software* masing-masing. Saul Bass dikenal sebagai orang pertama yang mengimplimentasikan permainan grafik diawal sebuah film. Melalui pendekatan simbolis, film yang dibuatnya dapat menyampaikan esensi serta representasi dari seluruh film. Harry Marks seorang pekerja di ABC, BS, dan NBC di Amerika Serikat merupakan salah satu pelopor *motion graphic* dalam dunia pertelevisian.

Asrama Mahasiswa Candi Agung adalah sebuah fasilitas tempat tinggal yang diberikan oleh Pemerintah Kabupaten Hulu Sungai Utara kepada mahasiswa asal Kabupaten Hulu Sungai Utara yang sedang menempuh studi di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Asrama Mahasiswa Candi Agung menawarkan kebutuhan berupa tempat tinggal untuk mahasiswa asal Kabupaten Hulu Sungai Utara yang sedang menempuh studi di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu produk yang sedang dikembangkan oleh Asrama Mahasiswa Candi Agung adalah Iklan berbasis Motion Graphic, sebuah iklan yang akan mempromosikan Asrama Mahasiswa Candi Agung yang akan ditujukan bagi Mahasiswa asal Kabupaten Hulu Sungai Utara & masyarakat asal Kabupaten Hulu Sungai Utara, dimana dengan adanya iklan Asrama Mahasiswa Candi Agung ini mahasiswa atau masyarakat yang akan ke yogyakarta akan

mengetahui keberadaan asrama. Saat ini media peyampaian informasi tentang Asrama Mahasiswa Candi Agung masih sebatas pada media cetak yaitu: brosur dan jejaring sosial.

Untuk menyelesaikan masalah ini, perlu dibuat sebuah iklan berupa video motion graphic untuk memaksimalkan informasi tentang keberadaan Asrama Mahasiswa Candi Agung Di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Video ini sendiri mempunyai keunggulan yang mana pada sebuah media pemasaran dapat mencakup 5 unsur multimedia sekaligus yaitu : video, teks, gambar, animasi, dan suara yang tidak bisa disampaikan lewat medi cetak.

Dengan latar belakang masalah tersebut penulis mencoba untuk mengimplementasikan permasalahan di atas dengan melakukan suatu penelitian dengan judul “Iklan Asrama Mahasiswa Candi Agung berbasis Motion Graphic” yang diharapkan dapat memperluas promosi dan publikasi dari Asrama Mahasiswa Candi Agung di Yogyakarta agar Mahasiswa dan Masyarakat asal Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara dapat lebih mengetahui keberadaan Asrama Mahasiswa Candi Agung di Yogyakarta.

## 1.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah *“Bagaimana merancang dan membuat video profile iklan Asrama Mahasiswa Candi Agung dengan menggunakan teknik motion graphics?”*

### 1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan *Video Profile* ini dibutuhkan batasan masalah agar video yang dihasilkan dapat lebih terarah dan dapat menyampaikan informasi maksimal. Adapun batasan masalahnya yaitu:

1. Materi dalam video *profile* ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi Asrama Mahasiswa Candi Agung.
2. Objek penelitian dalam video *profile* ini adalah Iklan dari Asrama Mahasiswa Candi Agung.
3. Target durasi dari video yang dibuat  $\pm$  3 menit.
4. Target penayangan pada media *online* seperti YouTube dan Instagram TV.
5. Faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah faktor informasi dan kelayakan video.
6. Pengujian aspek informasi dan tampilan dari penelitian ini adalah Mahasiswa yang berasal dari Kabupaten Hulu Sungai Utara.
7. Tahap penelitian ini berakhir ketika video diserahkan ke pihak Asrama Mahasiswa Candi Agung.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dibuatnya video *profile* ini yaitu sebagai berikut:

1. Membuat dan merancang video *profile* untuk Asrama Mahasiswa Candi Agung.
2. Menerapkan teknik *motion graphic* dalam perancangan video *profile* Asrama Mahasiswa Candi Agung.

#### 1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya tulis ini adalah sebagai berikut:

##### 1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Observasi data

Pengumpulan data yang dilakukan langsung ke tempat Asrama Mahasiswa Candi Agung oleh penulis untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

2. Wawancara

Data diperoleh dari tanya jawab langsung yang dilakukan penulis kepada pihak Asrama Mahasiswa Candi Agung. Data yang diperoleh dari wawancara merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi secara akurat dan sesuai kebutuhan dalam proses

pembuatan video *profile* Asrama Mahasiswa Candi Agung menggunakan teknik *motion graphic*.

### 3. Studi Pustaka

Pengambilan data dengan mencari informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan diteliti melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari lembaga/ institusi. Metode studi pustaka ini menggunakan acuan berupa buku-buku atau literatur-literatur yang diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

## 1.5.2 Metode Analisis

### 1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah yang ada pada Iklan promosi dari Asrama Mahasiswa Candi Agung berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*.

### 2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan terbagi menjadi dua, yaitu analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional. Analisis kebutuhan fungsional merupakan analisis yang memuat informasi tentang proses-proses apa saja yang dilakukan dalam pembuatan video *profile* dalam penelitian ini. Sedangkan analisis kebutuhan non fungsional berisi informasi tentang hardware (perangkat keras), software (perangkat lunak), dan kebutuhan brainware (sumber daya manusia).

Metode ini berguna untuk mempermudah penganalisaan kebutuhan dari video *profile* yang akan dibuat.

### 1.5.3 Metode Perancangan

Perancangan video profil dalam penelitian ini menggunakan produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah sebagai berikut:

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

### 1.5.4 Metode Evaluasi

Setelah pembuatan video selesai, maka tahap selanjutnya dilakukan pengujian kepada responden yang terdiri dari pengurus Asrama Mahasiswa Candi Agung, Mahasiswa yang berasal dari Kabupaten Hulu Sungai Utara dan praktisi dibidang multimedia dengan mengujikan kuisisioner untuk menilai aspek informasi dan visualiasasi yang ada pada video.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Agar pemahaman dalam penelitian ini menjadi lebih mudah dan terarah maka digunakan sistematika penulisan skripsi yang terbagi dalam 5 bab, yaitu sebagai berikut

#### BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pengantar tentang hal yang sedang diteliti. Bab ini terdiri dari Latar Belakang, Perumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

#### BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan pengantar tentang hal yang sedang diteliti. Bab ini menguraikan tentang hal yang berkaitan dan mendukung dalam proses pembuatan

video yang berkaitan dengan ilmu, teknik, dan tahapan pembuatan iklan pendek serta perangkat yang akan digunakan.

### BAB III. METODE ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profile singkat Asrama Mahasiswa Candi Agung dan produk iklan, analisis video yang akan dibuat, serta proses praproduksi video *profile* yaitu: naskah dan storyboard.

### BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab ini menjelaskan tentang proses produksi pembuatan video *profile* Iklan Asrama Mahasiswa Candi Agung dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

### BAB V. PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan yang diperoleh dari pemecahan masalah dan diajukan saran untuk peninjauan selanjutnya agar bisa lebih baik.

### DAFTAR PUSTAKA