

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini perkembangan teknologi dan informasi sangatlah pesat. Salah satu perkembangannya adalah di bidang teknologi informasi berbasis multimedia. Peran multimedia sangatlah penting, karena manusia dimudahkan dalam menyampaikan suatu informasi melalui media gambar, teks, audio, video serta animasi, sehingga informasi yang disajikan akan lebih jelas dan memiliki daya tarik tersendiri. Manfaat tersebut bisa didapatkan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Misalnya dengan menyajikan sebuah informasi menggunakan video iklan.

APH Tour & Travel Magelang merupakan usaha agen travel yang berada di provinsi Jawa Tengah yang tepatnya berlokasi di Magelang Utara. Agen ini bergerak dibidang travel yang menyediakan produk dan jasa berupa tiket pesawat, tiket shuttle daytrans, paket umroh, dan wisata. Dalam mengembangkan usahanya, APH Tour & Travel Magelang melakukan berbagai promosi seperti travel lain. Bentuk promosi yang dilakukan yaitu melalui kartu nama, brosur, website dan media sosial seperti instagram dan facebook. Media promosi yang digunakan saat ini dirasa sudah cukup, tetapi belum mampu menyampaikan informasi yang detail serta keunggulan-keunggulan produk dan jasa yang dimiliki.

Dari permasalahan tersebut diusulkan pembuatan media promosi video iklan dengan menggunakan teknik motion graphic. Dengan teknik ini diharapkan dapat memvisualisasikan data menggunakan gambar, audio, video yang berisi

informasi secara sederhana tanpa mengurangi informasi yang ada sebagai pendukung media promosi yang lama. Dengan adanya video iklan akan mampu memberikan informasi tentang produk dan jasa yang disediakan APH Tour & Travel Magelang secara jelas.

Berdasarkan latar belakang tersebut diusulkan pembuatan video iklan demi mendukung media promosi APH Tour & Travel Magelang. Maka dari itu judul penelitian ini adalah “Pembuatan Video Iklan Menggunakan Teknik Motion Graphic Sebagai Media Promosi APH Tour & Travel Magelang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana membuat sebuah Video Iklan Menggunakan Teknik Motion Graphic Sebagai Media Promosi APH Tour & Travel Magelang?”.

1.3 Batasan Masalah

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

1. Objek penelitian ini pada APH Tour & Travel Magelang.
2. Informasi yang akan disampaikan berupa produk dan jasa APH Tour & Travel Magelang.
3. Teknik yang digunakan adalah *Motion Graphic*.
4. Aplikasi yang digunakan adalah Adobe After Effect CC 2017 , Adobe Premiere Pro CC 2017 , Adobe Audition CC 2017 , Adobe Illustration CC 2017.
5. Hasil penelitian berupa video iklan berdurasi antara 1-2 menit.

6. Menggunakan format video H.264 dengan resolusi HD 720p (1280 x 720 pixel) berekstensi .MP4.
7. Hasil video akan ditayangkan dimedia online YouTube.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelittan

1.4.1 Maksud Penelitian

1. Membuat video iklan APH Tour & Travel Magelang sebagai media promosi dan informasi.
2. Memperkenalkan kepada masyarakat tentang produk dan jasa yang dimiliki APH Tour & Travel Magelang.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Menerapkan teknik motion graphic pada video iklan APH Tour & Travel Magelang.
2. Memberikan referensi dan pengetahuan untuk membuat sebuah video iklan.
3. Sebagai syarat kelulusan untuk menyelesaikan Program Studi Strata I jurusan Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan bertujuan untuk hasil penelitian lebih terarah dan data yang diperoleh lebih akurat. Penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara bertanya langsung kepada pihak terkait, bercakap-cakap secara tatap muka.

2. Metode Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung pada objek yaitu APH Tour & Travel Magelang untuk mendapatkan data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

1.5.2 Metode Analisis

1. Analisis SWOT

Menurut Kotler & Armstrong (2008:64), analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada diperusahaan.

2. Analisis Kebutuhan

Menurut Jimmy L. Goal (2008:73), tujuan dari fase analisis adalah sebagai penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh kedalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikannya.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan dalam sistem multimedia meliputi:

1. Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan tahapan yang dimana harus mempersiapkan segala perencanaan secara baik sebelum dilakukannya produksi. Sebelum memulai produksi hal yang harus difikirkan pada tahap ini adalah membuat ide, naskah, storyboard, dan menganalisis teknik produksi yang akan diterapkan pada proyek yang akan dibuat.

2. Tahap Produksi

Tahap produksi adalah periode selama video iklan diproduksi secara komersial. Pada tahap ini dilakukan *drawing* (penggambaran), *coloring* (pewarnaan), *recording audio* (perekaman suara).

3. Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah video iklan diproduksi secara nyata untuk komersial. Kegiatan yang dilakukan pada saat pasca produksi tersebut meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi, penggandaan, dan penyerahan atau penyiaran.

1.5.4 Metode Testing

Menurut Sutopo (2003), *testing* dilakukan setelah selesai tahap pembuatan (*assembly*) dengan menjalankan aplikasi/program dan dilihat apakah ada kesalahan atau tidak. Tahap ini juga disebut sebagai tahap pengujian *alpha test* dimana pengujian dilakukan oleh pembuat atau lingkungan pembuatnya sendiri.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika skripsi Video Iklan APH Tour & Travel ini dibagi menjadi lima bagian, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan dasar teori dan tinjauan pustaka. Teori-teori yang digunakan sebagai acuan pembuatan sistem multimedia dan pengetahuan dasar teknologi yang mendukung pembuatan video iklan sebagai media promosi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai profil, proses bisnis, promosi, analisis SWOT, analisis kebutuhan dan pra produksi pada APH Tour & Travel Magelang.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil pengujian dan implementasi video iklan APH Tour & Travel Magelang yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibuat dan juga saran-saran perbaikan untuk pengembangan video iklan selanjutnya agar menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang menjadi referensi/acuan dalam penyusunan skripsi.