

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Herro Notebook Center adalah suatu unit usaha yang bergerak dibidang jual beli laptop second dan jasa service, namun tidak kemungkinan berbagai jenis produk yang qualified akan dipasarkan nantinya. Karena perusahaan ini akan melakukan kegiatan pemasaran sehingga perusahaan ini sangat dapat bersaing dengan para follower dan perusahaan lain nantinya. Perusahaan yang sudah berdiri sejak 7 Mei 2005 yang beralamat di Jalan Anyelir CT X No 9 Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta. Untuk segmentasi pasar perusahaan ini mencakup kalangan menengah keatas, personal dan corporate, serta mahasiswa.

Perusahaan Herro Notebook Center ingin meningkatkan produktifitas dan memaksimalkan pemasarannya sehingga dapat memperluas cakupan penjualan yang sekarang masih jangkauan lokal. Untuk memperkenalkan sebuah produk perusahaan tentu dibutuhkan suatu promosi dalam menarik calon pembeli. Media promosi menggunakan brosur dan baner kurang efektif karena seseorang lebih tertarik melihat visual dari video daripada membaca. Pesan yang disampaikan kurang jelas karena terbatasnya lembar kerja promosi yang memungkinkan konsumen tidak dapat menangkap maksud pesan promosinya.

Dari masalah tersebut, maka penulis akan mengangkat sebuah judul "Perencanaan dan Pembuatan Video Animasi 2D Sebagai Media Promosi Herro

Notebook Center Menggunakan Teknik Rotoscoping” dengan adanya iklan promosi berbentuk video animasi ini diharapkan promosi lebih efektif dan menarik sehingga pesan yang diharapkan dapat tersampaikan dengan jelas dan tidak membosankan yang dapat meyakinkan konsumen untuk menggunakan produk serta layanan perusahaan. Iklan di tayangkan di media sosial dimaksudkan agar jangkauan promosi lebih luas yang dapat meningkatkan produktifitas perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas maka dapat diambil rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana cara membuat video animasi 2D sebagai media promosi Herro Notebook Center menggunakan teknik rotoscoping?
2. Berapakah durasi dari video animasi 2D yang digunakan sebagai media promosi Herro Notebook Center?
3. Apakah video tersebut layak digunakan sebagai media promosi Herro Notebook Center?

1.3 Batasan Masalah

Agar skripsi ini lebih tetap sasaran yang dituju, maka diberikan batasan – batasan masalah dalam perencanaan dan pembuatan video animasi, yaitu:

1. Video animasi dibuat penulis untuk perusahaan Herro Notebook Center

2. Video animasi berdurasi 40 detik
3. Video animasi berbentuk 2D
4. Video animasi dirancang menggunakan software Adobe Photoshop CS6, Adobe Premiere Pro CC 2017, Corel Draw X7, Prisma

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah membuat video animasi 2D sebagai media promosi Herro Notebook Center menggunakan teknik rotoscoping.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh semua pihak yang terkait sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Perusahaan Herro Notebook Center

- a. Manfaat penelitian ini bagi perusahaan adalah membantu perusahaan dalam proses menyampaikan pesan promosi kepada pelanggan.
- b. Manfaat penelitian ini bagi perusahaan adalah mengenalkan media sosial kepada masyarakat luas melalui media promosi yang berbentuk video animasi 2D.

1.5.2 Bagi Calon Pembeli

- a. Manfaat penelitian ini bagi calon pembeli adalah dapat memahami dengan mudah tentang apa yang disampaikan oleh video animasi sesuai konten produk yang ada di perusahaan Herro Notebook Center.

1.5.3 Bagi Penulis

- a. Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah sebagai pelengkap pembuatan tugas akhir atau skripsi.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi – informasi tentang obyek permasalahan dari penelitian yaitu:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi

Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang cukup efektif untuk mengetahui tentang informasi mengenai sistem, dengan cara mengamati langsung objek penelitian yang ada.

- b. Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dimana penulis secara langsung mewawancarai atau tanya jawab kepada narasumber guna mendapat informasi mengenai objek penelitian.

- c. Studi Literatur

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara melihat referensi dari berbagai sumber, jurnal, buku, internet, dan pustaka yang berkaitan erat dengan objek penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam metode ini, penulis mengadakan pemeriksaan analisis kelayakan untuk menentukan kemungkinan apakah pengembangan proyek video iklan layak diteruskan atau dihentikan dengan parameter analisis kelayakan teknis, operasional, hukum, dan jadwal. Selain itu penulis juga menggunakan analisis kebutuhan sistem yang terdiri dari kebutuhan fungsional dan non fungsional. Pada kebutuhan non fungsional terdapat perangkat keras, perangkat lunak, dan pelaku yang terlibat dalam pembuatan video animasi.

1.6.3 Metode Pengembangan

1.6.3.1 Proses Pra-Produksi

Proses pra-produksi meliputi pembuatan story board, perekaman, penyuntingan, dubing, pengarahan dalam pengambilan gambar untuk nantinya akan diproses dalam tahap pasca produksi.

1.6.3.2 Proses Produksi

Dalam tahap ini semua materi yang sudah dikumpulkan pada proses pra-produksi akan diterapkan di lapangan, yaitu dengan melakukan taking video, capture, editing adegan, pembuatan background.

1.6.3.3 Proses Pasca Produksi

Setelah melalui proses produksi, maka masuklah ke proses pasca produksi. Dalam proses produksi melalui proses sebagai berikut: composite, editing video, rendering, dan pemindahan video ke dalam berbagai media lain.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti dalam penyajian laporan penulisan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan serta perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan video iklan.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan, ide cerita, naskah, dan storyboard pada video iklan yang akan dikerjakan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan video iklan .

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan di uraikan tentang kesimpulan dan saran.

