

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi begitu pesat turut membantu manusia dalam mendapatkan suatu informasi dan cara meningkatkan persaingan. Dalam perkembangan teknologi dalam bidang informasi produk-produk akan lebih mudah dikenalkan pada masyarakat luas karena media promosi dapat menjangkau wilayah luas dalam waktu yang singkat sehingga dalam penyampaian informasi dapat tersalurkan dengan baik.

Living Homestore merupakan dalam bidang penjualan untuk baju, sepatu, tas dan lain-lain yang bertempat di daerah Banjarnegara, Jawa Tengah. Perusahaan tersebut berkeinginan mempromosikan perusahaan menggunakan media promosi berbasis animasi dan dipublikasikan kepada masyarakat luas, namun Living Homestore belum tersedia media promosi berbasis animasi. [1]

Dengan ini maka, penulis melihat adanya peluang untuk membuat skripsi yang berjudul "Perancangan dan Pembuatan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Pada Living Homestore". Video sebagai media promosi ini dapat membantu perusahaan tersebut dalam bidang informasi, pengenalan produk, dan promosi produk. Sehingga lebih banyak konsumen yang tau dan bahkan tertarik dengan produksi Living Homestore.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dan penelitian yaitu: “Bagaimana membuat video *motion graphic* sebagai media promosi pada Living Homestore?”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka permasalahan penelitian ini dibatasi pada :

1. Video ini di buat sebagai sarana mempromosikan produk Living Homestore.
2. Video ini hanya berisi tentang informasi Living Homestore.
3. Pembuatan *motion graphic* ini menggunakan *software* Corel X8 dan Adobe After Effect.
4. Video *Motion Graphic* ini akan di *upload* ke akun *youtube* Living Homestore.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Membuat aplikasi multimedia sebagai alternatif baru dalam penyampaian informasi yang ada bertujuan membangun *image* perusahaan. Terhadap sistem yang ditawarkan dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan media lain yang sudah lebih dahulu di kenal perusahaan. Disamping itu ada beberapa tujuan lainnya yaitu:

1. Mengembangkan pola keilmuan dan membuka wawasan pengetahuan baru sesuai dengan bidang teknologi informasi khususnya multimedia.
2. Memberikan alternatif baru dalam penyampaian informasi yang lebih menarik kepada masyarakat.

3. Mengenalkan ke publik tentang Profil Living Homestore Selengkap-lengkapny.
4. Menambah pengalaman dalam ketrampilan sebagai modal dasar untuk memasuki kerja.
5. Memenuhi persyaratan kelulusan bagi jenjang Strata I jurusan Sistem Informasi pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Sebagai alternatif baru dalam penyampaian media promosi untuk mengenalkan Living Homestore agar dapat memperluas pemasaran terhadap masyarakat umum dan mampu bersaing dengan industri kreatif di Indonesia.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya ini, antara lain :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu berupa kelebihan yang diajukan oleh manajer pemasaran dan beberapa angel komposisi untuk kebutuhan pengambilan gambar untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

b. Metode Wawancara

Peneliti melakukan tanya jawab langsung kepada Pemilik Living Homestore dan lengkap sebagai bahan analisa penelitian.

c. Metode Perpustakaan

Cara dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah dan lain-lainnya untuk mendapatkan dasar dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu media informasi.

1.6.2 Metode Analisis

Metode Analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strengths, Weakneses, Opportunities dan Threats*).

1.6.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan gambaran dari tahap pra produksi video. Pada tahap pra produksi ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan termasuk pembuatan naskah hingga penulisan *storyboard* yang akan dibuat.

1.6.4 Metode Pembuatan

Pada tahap ini penulis mulai melakukan tahap produksi. Tahap ini bertujuan untuk mengimplementasikan bahan-bahan yang telah terkumpul pada tahap pra produksi. Diawali dengan pembuatan gambar konsep, dilanjutkan proses editing dengan teknik *motion graphic*. Kemudian pada tahap akhir pasca produksi dilakukan pemberian *sound* hingga tahap *finishing* berupa hasil *rendering*.

1.6.5 Metode Testing

Pada tahap Testing ini penulis menggunakan metode dengan Skala Likert.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar mempermudah penulisan skripsi ini, penulis menjabarkan skripsi ini menjadi 5 bab, masing-masing diuraikan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menerangkan teori yang melandasi definisi multimedia, media informasi, *motion graphic*, hingga tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi dari pembuatan video.

BAB III : Analisis dan Perancangan

Bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan, perancangan video, kemudian menggambarkan bentuk setiap karakter yang akan dimasukkan ke dalam proyek pembuatan animasi, serta menganalisa dengan analisis SWOT.

BAB IV : Implementasi dan Pembahasan

Bab ini menguraikan perencanaan dari rancangan yang telah di buat dan tahapan pembuatan video media informasi beserta proses *renderingnya*.

BAB V : Penutup

Bab ini akan berisi kesimpulan dari tiap analisa. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari video yang dibuat. Saran berisi tentang kekurangan atau kelemahan video yang dibuat serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut dari pembahasan yang telah dilakukan, serta bab ini juga berisi daftar pustaka yang berisi referensi-referensi yang telah digunakan sebagai penunjang dalam menyelesaikan Skripsi ini.