

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi semakin tahun semakin maju dan semakin berkembang, hal ini memudahkan kita dalam berbagai hal, seperti contohnya mendapatkan informasi melalui internet. Informasi yang didapat dari internet bisa berupa teks, ilustrasi gambar, ataupun video. Dalam perkembangan teknologi dan informasi dimanfaatkan dengan baik oleh para pengiklan dengan cara membuat ilustrasi gambar maupun video untuk mempromosikan barang atau jasanya. Dalam hal ini PT. Bhandha Ghara Reksa membuat video infografis untuk mempromosikan jasa yang dijalankan.

PT.Bhandha Ghara Reksa merupakan Jasa gudang dan pengiriman paket yang terletak di kota Yogyakarta tepatnya di Jl. Solo KM.10 No.36, Yogyakarta, Namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaannya. Menurut manager PT.Bhandha Ghara Reksa ,Sumarsono beliau ingin mengenalkan dan mempromosikan perusahaannya tersebut khususnya yang bergerak pada bidang jasa pengiriman.

PT.Bhandha Ghara Reksa telah mempromosikan menggunakan brosur dan untuk sekarang PT.Bhandha Ghara Reksa berupaya membuat iklan yang menyajikan informasi tentang jasa yang diberikan yaitu jasa pengiriman barang dan juga jasa penyimpanan / gudang logistic.

Berdasarkan hal tersebut diatas, penelitian ini dilakukan berdasarkan permintaan untuk membuat membuat iklan digital untuk perusahaan tersebut dengan judul penelitian "PERANCANGAN VIDEO INFOGRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT.BHANDA GHARA REKSA MENGGUNAKAN GRAPH EDITOR".

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah di kemukakan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah "Bagaimana membuat iklan ke media digital agar sesuai dengan permintaan PT.Bhanda Ghara Rekza?"

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup lebih kecil agar penulisan dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan video iklan sebagai berikut:

1. Iklan PT.Bhanda Ghara Rekza ini dibuat dalam durasi 30 detik hingga 1 menit.
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah *graph editor*.
3. Penelitian ini hanya sampai tahap pembuatan saja.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan Tujuan penulis dalam melakukan penelitian serta menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membantu mengembangkan perusahaan PT.Bhanda Ghara Reksa lewat promosi iklan agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Diharapkan dengan adanya Iklan ini PT.Bhanda Ghara Reksa mendapatkan respon positif dari masyarakat terkait jasa yang ditawarkan.
3. Sebagai langkah upaya untuk implementasi IT dan pengabdian masyarakat dalam dunia pendidikan. Ilmu yang diperoleh selama kuliah di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan beberapa metode dalam pengumpulan informasi. Adapun langkah-langkah dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1.5.1.1 Metode pengamatan langsung (observasi)

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti. Misalnya di lokasi tempat penelitian dan beberapa objek lainnya.

1.5.1.2 Metode wawancara (*interview*)

Metode wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan mengadakan suatu tanya jawab secara langsung dengan Sdr. Sumarsono selaku pimpinan PT.Bhanda Ghara Reksa untuk mendapatkan informasi maupun data yang diperlukan.

1.5.1.3 Metode Kepustakaan

Metode ini sebagai dasar dari penyusunan skripsi, dipergunakan buku kepustakaan yang meliputi literatur, catatan kuliah, serta sumber referensi lain yang mendukung penulisan skripsi ini.

1.5.1.4 Kearsipan (*Documentation*)

Pengumpulan data dengan pengumpulan dokumen - dokumen yang telah ada untuk dilakukan analisa.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan analisis data kualitatif.

1.5.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan di bentuk. Pada tahap ini dihasilkan proses produksi dan pasca produksi iklan digital yang sesuai dengan kebutuhan PT. Bhandha Ghara Reksa.

1.5.4 Metode Testing

Pada metode ini akan dilakukan pengujian pada beberapa aspek kualitas menggunakan metode kuesioner kepada seorang ahli animasi, *owner* atau pemilik PT. Bhandha Ghara Reksa dan pelanggan atau client PT. Bhandha Ghara Reksa apakah video iklan yang dibuat sudah layak untuk dapat diproduksi atau belum.

1.5.5 Implementasi

Merupakan tahap meletakkan sebuah iklan untuk di tayangkan. Tahapan ini meliputi pengoreksian dan pembuatan file dalam bentuk CD.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan penulis akan memuat uraian secara garis besar dari isi penelitian dalam tiap bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I – PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II – LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi mengenai definisi - definisi dan teori - teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

BAB III – ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mulai dari gambaran umum, analisis kebutuhan, dan pra produksi, dalam hal ini meliputi ide cerita, tema cerita, *logline*, *sinopsis*, *character development*, *screenplay*, *storyboard*.

BAB IV – IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai proses pembuatan animasi 2D , kemudian tahap produksi, meliputi pembuatan karakter, *background*,

Kemudian dalam tahap pasca produksi atau *dubbing, editing, compositing* dan *testing*.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran yang didapatkan dari penelitian yang telah penulis lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka ini berisi tentang sumber-sumber yang penulis gunakan untuk menulis penelitian, baik berupa literatur dari internet, buku panduan, jurnal atau media lainnya.

