

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pita Biru Advertising adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan jasa yang berada di Kradenan, Srimulyo, Piyungan, Bantul, Yogyakarta. Pita Biru Advertising mempunyai bermacam jasa seperti *event organizer*, pemasangan baliho, *roundtag*, spanduk dan sebagainya. Saat ini promosi yang dilakukan Pita Biru Advertising yaitu dengan menggunakan Media Billboard, Flyer, Koran (Kedaulatan Rakyat), Sosial Media seperti Facebook, Instagram, Twitter dan relasi kartu nama antar konsumen dengan pemilik.

Dengan seiring berkembangnya dunia usaha, suatu perusahaan harus dapat menciptakan suatu inovasi baru agar dapat terus berkembang memasarkan produk atau jasa yang di milikinya, untuk melengkapi media promosi yang ada maka dibuatlah iklan untuk memperluas informasi [1]. Iklan ini nantinya akan berisi tentang sebuah cerita yang mengacu pada tagline dari CV. Pita Biru Advertising . Iklan ini akan dibuat menarik dan mudah dipahami, agar konsumen dapat mengingat pesan yang disampaikan.

Kemajuan *motion graphic* dalam sebuah video iklan ataupun untuk keperluan event sangat pesat, bersamaan dengan banyaknya *software motion graphic* yang merekomendasikan beragam kemudahan dan keistimewaan. *Motion graphic* merupakan gabungan dari potongan elemen-elemen desain/animasi yang berbasis pada media visual yang menggabungkan bahasa film dengna desain grafis, dengan memasukkan elemen yang berbeda-beda seperti 2D atau 3D. Media yang

dimasukkan berupa still images atau gambar diam, dengan format gambar bitmap maupun vektor, dan data video maupun audio [2].

Harapan dengan adanya video motion graphic ini akan dapat membantu CV. Pita Biru Advertising dalam media promosi untuk menjaring para konsumen. Keunggulan dari video ini adalah sudah mencakup lima unsur penting multimedia yaitu : teks, suara, gambar, video dan animasi sehingga video iklan lebih menarik dan informatif daripada brosur, spanduk, poster, flyer ataupun baliho. Tujuan dari video motion graphic ini untuk menjaring konsumen juga mengenalkan kepada masyarakat tentang bidang apa CV. Pita Biru Advertising bergerak.

Dari melihat penjelasan diatas, penulis mencoba untuk mengimplementasikan permasalahan diatas dengan membuat "Perancangan Iklan Pada CV. Pita Biru Advertising Menggunakan Motion Graphic Sebagai Media Promosi" yang diharapkan dapat bermanfaat sebagai media pendukung mempromosikan keberadaan CV. Pita Biru Advertising kepada konsumen yang lebih luas.

Dan hasil akhir pembuatan video akan ditayangkan di media sosial instagram menggunakan fitur instagram promotion karena dapat menjadi sarana untuk meningkatkan *brand exposure*, *traffic website* dan mengumpulkan leads (pengikut baru) [3].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu "Bagaimana merancang iklan pada CV. Pita Biru Advertising menggunakan motion graphic sebagai media promosi?"

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah diatas, maka batasan yang dapat diambil yaitu:

1. Teknik pembuatan iklan menggunakan teknik *motion graphic*.
2. Durasi video iklan berkisar kurang dari 1 menit.
3. Elemen desain dibuat menggunakan Adobe Illustrator.
4. Video iklan ini berisi tentang jasa pelayanan periklanan media cetak CV. Pita Biru Advertising.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan peneliti adalah :

1. Memperkenalkan CV. Pita Biru Advertising kepada masyarakat dengan video iklan *motion graphic*.
2. Membuat Video Iklan untuk CV. Pita Biru Advertising sebagai media informasi mengenai apa jasa yang ditawarkan.
3. Hasil akhir video *motion graphic* akan ditayangkan di Instagram menggunakan Instagram *promotion*.
4. Sebagai syarat mendapatkan gelar Sarjana di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, penentuan focus lebih didasarkan pada tingkat pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial

(lapangan) yang mendiskripsikan objek penelitian secara rinci dan mendalam dengan tujuan mengembangkan konsep atau pemahaman dari suatu gejala [4].

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh pengumpulan data yang akurat, relevan dan terarah sesuai dengan persoalan yang ada, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis menggunakan beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah sebagai berikut :

1. Metode Pengamatan Langsung (Observasi)

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada CV. Pita Biru Advertising terkait media promosi yang telah digunakan selama ini serta guna mendapatkan data-data lain yang dibutuhkan pada obyek.

2. Metode Wawancara (Interview)

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada Bapak Heri Kuswanto selaku direktur utama CV Pita Biru Advertising dan bagian bagian terkait untuk mendapatkan data yang akurat.

3. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi pustaka yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku dan situs website terpercaya sebagai bahan referensi.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai menggunakan analisis SWOT, analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional. Analisis SWOT didalamnya akan membahas tentang *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Treaths* (ancaman). Analisis kebutuhan fungsional membahas tentang informasi-informasi yang dihasilkan oleh sistem. Sedangkan analisis non fungsional membahas tentang kebutuhan software, hardware dan brainware yang digunakan penelitian.

1.5.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan kebutuhan ide cerita, pengumpulan data hingga pembuatan *storyboard*.

1.5.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan gambar hingga menganimasikan gambar. Tahap pasca produksi yang meliputi pembuatan gambar konsep, dilanjutkan proses editing dengan teknik *motion graphic*, pemberian *sound effect* hingga tahap *finishing* berupa hasil *rendering*.

1.5.5 Metode Testing

Peneliti melakukan testing terhadap video iklan dengan melakukan penayangan kepada objek dan hasil akhir video iklan di televisi lokal Yogyakarta.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan Skripsi ini terdiri dari lima sub pokok pembahasan yang terdiri antara lain sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas apa yang sudah dilakukan peneliti tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan dalam proses perancangan dan pembuatan video iklan untuk CV. Pita Biru Advertising menggunakan teknik motion graphic serta perangkat lunak yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini membahas tentang CV Pita Biru Advertising, analisis SWOT dan analisis kebutuhan sistem serta penjabaran tahapan pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN TESTING

Pada bab ini menguraikan tentang langkah produksi dan langkah paska produksi pada pembuatan video iklan untuk CV Pita Biru Advertising debgab menggunakna teknik *motion graphic*.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir yang berisikan kesimpulan dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari

seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan video yang dibuat. Saran berisi tentang kekurangan atau kelemahan video iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut dari pembahasan yang telah dilakukan serta berisi daftar pustaka yang berisi referensi-referensi yang telah digunakan sebagai penunjang dalam menyelesaikan skripsi ini.

