

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi yang berkembang pesat, turut membantu manusia dalam memasuki tata peradaban di era yang baru. Salah satu dari contoh kemajuan teknologi adalah sebuah iklan. Iklan merupakan suatu bentuk komunikasi digital dengan tujuan memberikan informasi dan menyampaikan pesan, sehingga dapat menarik serta mempengaruhi penonton. Pembuatan iklan dapat dibuat dengan berbagai cara, salah satunya iklan dengan menggunakan unsur *Live Shot* dengan *Motion Graphic*. [1]

Iklan adalah suatu pesan tentang barang/jasa (produk) yang dibuat oleh produser/pemrakasa yang disampaikan lewat media (cetak, audio, elektronik) yang di tujukan kepada masyarakat. Tujuan iklan adalah agar masyarakat tertarik untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Rencangkustom.yk merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang percetakan. Rencangkustom.yk terletak di Jl. Persatuan Umbulharjo Yogyakarta ini terbentuk pada tahun 2008 dan sudah melayani ribuan customer yang memakai produk dan jasa Rencangkustom.yk. Rencangkustom.yk dapat membuat pemesanan kaos, Polo, Jaket, Kemeja/Korsa, Jersey, dll.

Rencangkustom.yk telah mengusahakan berbagai macam upaya untuk mempromosikan produk-produknya dengan berbagai media seperti, facebook, instagram, dan juga blog. Pihak Rencangkustom.yk tidak mau berhenti sampai

disitu dan terus mengupayakan inovasi dalam media promosi, salah satunya dengan melalui iklan pada platform Youtube. Melalui iklan pada Youtube, dengan menggunakan live shot dan motion graphic yang merupakan penerapan animasi 2D, diharapkan dapat membantu mempromosikan Rencangkustom.yk kepada masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

Youtube adalah salah satu aplikasi yang memberi informasi berupa video-video. Di aplikasi youtube ini, semua dapat mengunggah video apa saja dan sebanyak apapun jika sudah memiliki akun terdaftar. Video yang di unggah juga dapat dilihat oleh seluruh dunia. Ada beberapa macam konten video yang biasa diunggah di youtube, yaitu konten video buatan pengguna (dibuat oleh pemilik akun tersebut) klip film, klip tv, video musik, video informasi. Dan disini saya menggunakan opsi video informasi untuk menunjang penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian yang membahas *live shot* dan *motion graphic* untuk iklan youtube dengan skripsi yang berjudul :

“Perancangan Iklan Rencangkustom.yk Sebagai Media Informasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diidentifikasi rumusan masalah untuk pembahasan yang lebih terarah pada tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

Bagaimana membuat iklan Rencangkustom.yk dengan menggunakan *Live Shoot* dan *Motion Graphic* yang dapat menyampaikan informasi ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan skripsi ini ditentukan suatu batasan masalah yang bertujuan untuk memudahkan pengerjaan dan menghindari adanya kegiatan diluar sasaran yang tidak diinginkan. Agar tidak menyimpang jauh dari permasalahan yang ada, maka perlu adanya batasan masalah, yaitu :

1. Video iklan dalam bentuk *Live Shoot* dan animasi 2D berupa *Motion Graphic*.
2. Video ini nantinya akan digunakan sebagai media iklan oleh Rencangkustom.yk
3. Perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan animasi ini Adobe After Effect CC, Adobe Premier Pro CC.
4. Iklan Rencangkustom.yk ini dibuat dengan durasi waktu 1.44 menit.
5. Hasil video akan ditayangkan di Channel Youtube Rencangkustom.yk

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

1. Membuat video iklan berbasis Live Shoot dan animasi 2D Motion Graphic untuk Rencangkustom.yk.

2. Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan Rencangkustom.yk sebagai media informasi, yang dapat membantu dalam informasi kepada masyarakat.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat video iklan yang dapat menyampaikan informasi tentang Rencangkustom.yk dengan singkat dan jelas.
2. Dapat membuat iklan animasi Rencangkustom.yk yang menarik
3. Menerapkan teori-teori yang selama ini dipelajari sewaktu mengikuti pendidikan di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis, diharapkan dapat melatih untuk membuat suatu karya dalam bidang multimedia dan dapat menambah pengalaman serta pengetahuan tentang iklan berbasis animasi.
2. Bagi penonton, diharapkan iklan Rencangkustom.yk ini dapat menjadi salah satu media informasi.
3. Bagi pembaca, diharapkan dapat memberikan wawasan dalam perkembangan iklan berbasis animasi.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Laporan penelitian ini disusun dengan metode-metode sebagai berikut :

a. Metode Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung apa saja yang Rencangkustom.yk tawarkan, untuk memberi poin-poin penting yang akan disampaikan dalam iklan yang akan dibuat.

b. Metode Studi Pustaka

Penulis mengumpulkan data melalui buku-buku dan segala materi yang berkaitan dengan proses produksi yang dapat di peroleh di perpustakaan maupun artikel-artikel dari Internet serta tempat observasi.

c. Metode Wawancara

Penulis bertanya dan berkonsultasi langsung dengan pihak Rencangkustom.yk untuk mengumpulkan informasi dari seorang yang berwenang dalam perusahaan tersebut.

1.6.2 Metode Identifikasi Masalah

Konsep identifikasi masalah (problem identification) adalah proses dan hasil pengenalan masalah atau inventarisasi masalah. Dengan kata lain, identifikasi masalah adalah salah satu proses penelitian yang boleh dikatakan paling penting di antara proses lain. Masalah penelitian (research problem) akan menentukan kualitas suatu penelitian, bahkan itu juga menentukan apakah

sebuah kegiatan bisa disebut penelitian atau tidak. Masalah penelitian secara umum bisa ditemukan melalui studi literatur (literature review) atau lewat pengamatan lapangan (observasi, survey), dan sebagainya.

1.6.3 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah iklan yang dibuat dan analisis keutuhan iklan. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT. Metode ini diterapkan agar mendapatkan media promosi yang bermanfaat.

1.6.4 Metode Perancangan

Didalam merancang pra produksi sendiri memiliki langkah-langkah yaitu penelitian dan perancangan mengenai tema, animasi yang akan dibuat, obyek-obyek yang akan dipakai didalam video ini. Setelah mendapatkan bahan maka disusunlah sebuah storyboard guna memberikan ilustrasi mengenai hal-hal yang akan ditampilkan [2].

1.6.5 Metode Pengembangan

Dalam metode pengembangan ada beberapa langkah yang dilakukan yaitu:

1. Produksi

Tahapan produksi merupakan tahap perekaman dan pengeditan suara untuk narasi, penggambaran karakter-karakter, serta proses pembuatan motion graphic.

2. Pasca Produksi

Di dalam pasca produksi membahas tentang editing dan compositing, memeriksa hasil sementara setelah editing, lalu setelah hasil akhir sudah selesai selanjutnya dilakukan rendering untuk dilakukan packaging hasil akhir dalam format video yang diinginkan.

1.6.6 Metode Testing

Setelah pembuatan video selesai, maka dilakukan pengujian dengan menunjukkan hasil video iklan berbasis informasi kepada pihak Rencangkustom.yk untuk mengetahui apakah konten dan video telah sesuai dengan yang diinginkan pihak objek penelitian. Metode testing dan evaluasi hasil produksi iklan yang telah dibuat dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan di chanel Youtube Rencangkustom.yk.

1.6.7 Metode Implementasi

Metode untuk mengimplementasikan karya yang dibuat sebagai karya ilmiah penulis.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang secara garis besar adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I menguraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada BAB II akan menjelaskan landasan teori yang digunakan sebagai dasar untuk penelitian skripsi. Landasan teori berisi Tujuan Pustaka dan Dasar Teori yang mendukung dilakukan penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Pada BAB III dijelaskan mengenai analisis teknik live shot dan motion graphic yang penulis bahas, profil singkat Rencangkustom.yk, dan analisis mengenai pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV akan membahas tentang proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas pada BAB III, yaitu pada tahap Produksi dan Pasca Produksi.

BAB V PENUTUP

Pada BAB V membahas tentang kesimpulan serta saran-saran yang disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang referensi yang digunakan penulis dalam pembuatan iklan

LAMPIRAN

Berisi tentang informasi atau data yang dibutuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasa.

