

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan salah satu cara untuk mempengaruhi khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan oleh media [1]. Iklan yang baik mampu mempengaruhi sasaran dan memberi dampak positif bagi yang menawarkan [2]. Seiring perkembangan teknologi komunikasi, iklan konvensional dari mulut ke mulut beralih menjadi iklan digital. Saat ini iklan digital semakin banyak digemari oleh masyarakat. Melalui iklan digital, informasi mudah didapatkan dan disebarluaskan secara efektif dan efisien.

Perkembangan teknologi mampu menggabungkan gambar, audio, animasi, dan teks yang dikenal dengan multimedia. Kecanggihan multimedia ini dimanfaatkan untuk menjadikan iklan semakin menarik. Banyak perusahaan telah memanfaatkan teknologi multimedia ini sebagai alat untuk mempromosikan produknya kepada konsumen. Semakin menarik iklan yang dibuat oleh perusahaan semakin menarik bagi konsumennya untuk menggunakan produknya. Oleh karena itu, perusahaan melakukan langkah kompetitif untuk memenangkan minat konsumen dengan membuat iklan semenarik mungkin, cepat disebarluaskan, dan mendunia [3].

Salah satu cara promosi yang cepat menyebar dan mendunia yaitu melalui iklan online. Bentuk iklan online dapat berupa video iklan *motion graphic*. Metode iklan tersebut dapat dibuat melalui infografis. Infografis merupakan salah satu teknik yang relatif efektif karena menarik minat audiens [4]. *Motion graphic* merupakan jenis video yang populer digunakan dalam mempresentasikan data. Melalui *motion graphic*, bentuk, raut, ukuran, arah, tekstur digerakkan atau diberi pergerakan agar tampak hidup sehingga terlihat dinamis dan ditampilkan melalui media audio visual agar memberikan kesan impresif terhadap penonton [5]. *Motion graphic* dapat dibuat dalam 2D atau 3D, video, ilustrasi, animasi, fotografi, dan musik [6]. *Motion graphic* banyak digunakan karena media ini dinilai menarik dan hemat biaya [7].

Toefl Test Center Yogyakarta merupakan penyelenggara tes ITP TOEFL bersertifikat resmi IIEF dan ETS. Agar lembaga tersebut lebih dikenal oleh masyarakat luas, maka perlunya iklan untuk mempromosikannya. Iklan yang dibuat haruslah menarik, interaktif, dan komunikatif agar menarik minat konsumen. Oleh karena itu, iklan video *motion graphic* animasi memiliki peranan yang sangat penting dalam mempromosikan Toefl Test Center Yogyakarta untuk menarik perhatian masyarakat yang akan melakukan tes toefl. Dengan adanya media iklan berbasis animasi *hyperlapse* dan *motion graphic* ini diharapkan penyebaran informasi tentang toefl test center Yogyakarta dapat lebih efektif dan efisien. Dari masalah

tersebut, maka penulis akan mengangkat sebuah judul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Animasi 2D dengan Teknik *Motion Graphic* pada *Toefl Test Center* Yogyakarta”. Dengan adanya iklan animasi ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen dan dapat memperluas pemasaran.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka, dapat dirumuskan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan dan pembuatan video iklan animasi 2D dengan teknik *motion graphic* pada *Toefl Test Center* Yogyakarta?
2. Bagaimana efektivitas promosi menggunakan media interaktif berbasis video iklan animasi 2D dengan teknik *motion graphic* pada *Toefl Test Center* Yogyakarta?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka, dapat dirumuskan batasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di *Toefl Test Center* Yogyakarta.
2. Berfokus pada media audio visual dengan metode *motion graphic*.
3. Video iklan berdurasi kurang lebih 1 menit 29 detik dengan format 1920 x 1080.
4. Video iklan akan di upload ke media social *Toefl Test Center* Yogyakarta.
5. Efektivitas iklan video diukur menggunakan metode pengukuran *Customer Response Index* (CRI)
6. Video iklan *Toefl Test Center* Yogyakarta berisi tentang penjelasan informasi, harga, dan tempat.
7. Video animasi dibuat dengan menggunakan software Adobe Illustrator, Adobe After effects, Adobe Premiere pro.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai oleh peneliti dalam penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengimplementasikan animasi pada bidang kursus/ pendidikan.

2. Untuk memberikan iklan promosi pada Toefl Test Center Yogyakarta.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. **Bagi Peneliti**

Sebagai syarat kelulusan dan menerapkan ilmu yang telah dipelajari pada Prodi Teknologi Informasi.

- b. **Bagi Toefl Test Center Yogyakarta**

Toefl Test Center Yogyakarta mendapatkan iklan promosi.

- c. **Bagi Universitas/Kampus**

Penelitian ini diharapkan mampu membantu mengembangkan kreativitas mahasiswa di universitas dalam mengatasi keluhan yang ada pada masyarakat khususnya di bidang desain. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi kampus dalam ruang lingkup desain untuk dapat diaplikasikan di bidang keilmuan bangku perkuliahan.

- d. **Bagi Animator**

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi animator dalam pembuatan dan perancangan video animasi 2D dengan teknik *motion graphic*.

### 1.6 Metode Penelitian

#### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik observasi dapat digunakan untuk mengamati perilaku target audience saat menonton video iklan animasi 2D dengan teknik *motion graphic* yang dirancang dan dibuat. Dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai respon audiens terhadap iklan, seperti apakah iklan tersebut berhasil menarik perhatian audiens dan membangkitkan minat mereka untuk melakukan tes TOEFL. Observasi ini dapat dilakukan dengan cara mengunjungi TOEFL Test Center Yogyakarta dan melihat proses pembuatan video iklan secara langsung.

2. Wawancara

Selain itu, teknik wawancara juga dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari pihak yang terlibat dalam pembuatan video iklan. Peneliti dapat mewawancarai staf atau tim kreatif TOEFL Test Center Yogyakarta yang bertanggung jawab dalam pembuatan video iklan animasi 2D dengan teknik motion graphic. Wawancara dapat dilakukan dengan cara face-to-face atau melalui telepon atau video conference kepada pihak dari TOEFL Test Center Yogyakarta. Dalam wawancara, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai proses pembuatan video iklan, alasan pemilihan teknik motion graphic, serta kendala dan solusi yang dihadapi dalam pembuatan video iklan.

#### **1.6.2 Metode Analisis**

Penelitian ini akan menggunakan analisis kualitatif akan membantu dalam memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pandangan dan tanggapan responden terhadap video iklan animasi 2D yang telah dirancang dan dibuat. Metode analisis data kualitatif adalah suatu cara untuk menginterpretasi data yang bersifat deskriptif, subjektif, dan tidak terukur secara numerik.

#### **1.6.3 Metode Perancangan**

Metode perancangan dari penelitian ini akan terdiri dari tiga proses yaitu sebagai berikut :

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

#### **1.6.4 Metode Evaluasi**

Metode evaluasi penelitian ini akan menggunakan CRI (Customer Response Index) adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan atau konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau organisasi.

Metode CRI mengukur kepuasan pelanggan dengan menanyakan beberapa pertanyaan tentang kinerja produk atau layanan yang ditawarkan, dan kemudian mengumpulkan dan menganalisis respons pelanggan untuk menentukan nilai CRI. Metode ini biasanya melibatkan pengumpulan data kuantitatif melalui survei atau wawancara dengan pelanggan.

Ada beberapa faktor yang dianalisis dalam metode CRI, di antaranya adalah:

1. Kualitas produk atau layanan yang ditawarkan
2. Ketersediaan produk atau layanan yang diinginkan
3. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan
4. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan

Dari hasil analisis tersebut, dihitung nilai CRI, yang merupakan angka yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Semakin tinggi nilai CRI, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Metode CRI merupakan metode evaluasi penelitian yang efektif karena memberikan informasi yang cukup detail tentang kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Informasi tersebut dapat digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk memperbaiki kualitas produk atau layanan yang ditawarkan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan lebih baik.

## **1.7 Sistematika Penelitian**

Penulisan skripsi ini disajikan dalam lima bab, dimana setiap bab akan disusun secara sistematis sehingga menggambarkan hubungan antara satu bab dengan bab lainnya, yaitu:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan yang menggambarkan garis besar/pokok-pokok pembahasan secara menyeluruh.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang dasar-dasar teori yang digunakan dalam penelitian serta bahasan dari hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Dalam bab ini dijelaskan pula kerangka pemikiran dan hipotesis yang akan diuji.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini memaparkan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang akan digunakan sehingga nantinya dapat dihasilkan suatu kesimpulan penelitian.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis dan data yang digunakan, serta pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini menyajikan kesimpulan akhir berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya dan menjelaskan keterbatasan yang dialami selama penelitian berlangsung serta saran untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

