

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Motion Graphic begitu pesat, seiring dengan banyaknya software motion graphic yang menawarkan berbagai kemudahan dan keistimewaan. Bahkan tutorial online pun banyak tersebar dari yang gratis maupun yang berbayar. Saul Bass adalah orang yang pertama kali mencoba mengkomunikasikan pesan melalui permainan grafik diawal film.

Dazzle Yogyakarta adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan accesoris elektronik. Tidak hanya accesoris gadget tetapi juga menyediakan komponen yang berguna untuk meng upgrade PC. Dalam pemasarannya Dazzle Yogyakarta saat ini hanya menggunakan media sosial yaitu Instagram. Cara tersebut belum bisa mengilustrasikan informasi dengan maksimal.

Untuk menyelesaikan masalah ini, perlu dibuat iklan berupa video dengan menggunakan animasi motion graphic untuk lebih memaksimalkan informasi tentang produk dan promo apa saja yang ada di Dazzle Yogyakarta. Iklan yang dibuat nantinya akan ditayangkan di televisi Yogyakarta, menurut penulis penayangan di televisi lokal agar lebih banyak warga khususnya Yogyakarta yang mengetahui dan berbelanja kebutuhan di Dazzle Yogyakarta. Dari masalah dan solusi yang telah diuraikan diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul "Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi pada Dazzle Yogyakarta dengan metode Motion Graphic".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah *"Bagaimana merancang dan membuat iklan televisi untuk Dazzle Yogyakarta dengan menggunakan teknik motion graphic"*

1.3 Batasan masalah

Beberapa batasan masalah yang akan digunakan dalam penelitian sebagai berikut.

1. Pembuatan iklan ini sebagai sarana untuk membantu pihak pemasaran dalam mengembangkan periklanan.
2. Menginformasikan produk dan fasilitas yang terdapat di Dazzle Yogyakarta.
3. Teknik yang dibahas yaitu penerapan motion graphic dalam iklan Dazzle Yogyakarta
4. Ditujukan kepada masyarakat umum Yogyakarta.
5. Durasi dari video yang dibuat 30 detik.
6. Software yang digunakan dalam membuat iklan ini adalah Adobe Premiere CC, Adobe After Effect CC, Adobe Photoshop CC dan software pendukung lainnya.
7. Penelitian ini hanya sebatas membuat sesuai dengan kebutuhan pihak pemasaran kemudian diserahkan untuk dijadikan bahan promosi pihak Dazzle Yogyakarta.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud diadakan penelitian ini adalah menyusun hasil penelitian dalam bentuk skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana dan memperoleh gelar sarjana di Universitas AMIKOM Yogyakarta

Maksud dan tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Membuat dan merancang iklan televisi untuk pihak Dazzle Yogyakarta.
2. Menerapkan teknik motion graphic dalam perancangan iklan televisi.
3. Memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi yang terdapat di Dazzle Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini adalah model waterfall. Karena model ini sangat terorganisir, setiap langkah harus dilewati dengan lengkap sebelum melanjutkan langkah berikutnya, sehingga tidak terfokus pada tahapan lain.

1.5.1 Model Pengumpulan Data

Untuk metode pengumpulan data yang digunakan penulis hanya menggunakan kuisioner dan wawancara saja.

1. Studi Pustaka

Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari Lembaga/institusi. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

2. Wawancara

Melakukan wawancara kepada pihak Dazzle Yogyakarta agar data yang diperoleh lebih akurat dan sesuai kebutuhan dalam proses pembuatan iklan menggunakan teknik motion graphic ini.

3. Observasi

Pengumpulan data dengan observasi adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.

1.5.2 Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari Strength (S), Weaknes (W), Opportunities (O), Treats (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor dalam perusahaan (S dan W).

1.5.3 Metode Perancangan

Penulis merancang iklan mulai dari pra produksi, produksi dan pasca produksi dengan menggunakan teknik motion graphic agar tujuan iklan tersebut dapat tersampaikan sesuai yang diharapkan.

1.5.4 Metode Testing

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian apakah video yang telah dibuat sesuai keinginan pihak pemasaran, serta apakah isi dan pesan yang disampaikan dalam video dapat dimengerti dan dipahami.

1.5.5 Metode Evaluasi

Evaluasi merupakan kegiatan membandingkan dengan kriteria dan standar yang telah ditetapkan untuk melihat keberhasilannya. Dari evaluasi kemudian akan tersedia informasi mengenai sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai sehingga bias diketahui apabila terdapat selisih antara standar yang telah ditetapkan dengan hasil yang bias dicapai.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyaji laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberi penjelasan dalam perkembanganya teknologi periklanan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan metode pengumpulan data, seperti metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang pengertian multimedia, jenis media promosi dan teknik apa saja yang dipakai dalam perancangan iklan televisi Dazzle Yogyakarta.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan televisi pada Dazzle Yogyakarta.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang proses dan hasil perancangan iklan televisi pada Dazzle Yogyakarta.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan.

