

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis periklanan menjadi salah satu faktor terpenting dalam hal menarik minat konsumen. Iklan memiliki sejumlah fungsi sesuai dengan yang dimaksudkan oleh perancang atau pengiklannya. Secara garis besar fungsi iklan bisa dilihat dari dua sisi, yaitu fungsi nyata dan fungsi tersembunyi. Iklan dapat dimanfaatkan secara efektif untuk membangun citra jangka panjang produk maupun perusahaan dan juga dapat memicu pembelian segera. Iklan juga digunakan untuk mendidik dan membangun preferensi suatu merek [1].

Motion graphic adalah teknik untuk menggerakkan still images sehingga objek terlihat tidak membosankan, namun terlihat dinamis dan menarik. Terdapat dua metode dalam teknik ini, yakni dengan menggerakkan gambar, atau menggabungkan *sequence* gambar-gambar yang memiliki kontinuitas sehingga terlihat bergerak. Dalam pembuatannya, motion graphic adalah elemen yang penting untuk membuat penonton tidak merasa bosan. [2]

Dengan motion graphics, informasi yang ingin disampaikan bisa ditampilkan dengan lebih menarik, karena dalam motion graphics suatu objek bisa dibuat seolah-olah bergerak skalanya dari titik paling rendah menuju titik yang paling tinggi. Teks-teks yang menyertainya pun bisa dibuat muncul sesuai waktu yang telah ditentukan, sehingga memberikan kesan bahwa informasi yang tersaji tersebut dalam tahapan yang runut sehingga lebih mudah dipahami. Kemunculan

gambar maupun teks pada media promosi ini juga bisa dibuat lebih menarik dengan menambahkan efek-efek transisi

Nine Apparel merupakan suatu bidang usaha yang bergerak di bidang pembuatan jersey futsal yang bertempat di daerah Condong Catur, Sleman, Yogyakarta. Nine Apparel saat ini mempromosikan produknya melalui beberapa akun media sosialnya seperti Instagram dengan akun @nineapparel2014 sudah memiliki followers 12,400 dan 557 postingan. Perusahaan tersebut berkeinginan mempromosikan tempat usahanya menggunakan media informasi berbasis video yang menggunakan teknik motion graphic dan mempublikasikan kepada masyarakat luas melalui media sosial yang dimilikinya. Hal ini terjadi karena target penjualan yang dirasa kurang maksimal dalam memenuhi target perusahaan. Nine apparel memiliki target omset perbulan sebesar Rp. 90.000.000,00, namun realitanya omset yang di dapat masih ada di kisaran Rp.67.000.000,00.

Dengan ini maka penulis melihat adanya peluang untuk membuat tugas akhir yang berjudul "Pembuatan Iklan Menggunakan Teknik Motion Graphic Di Nine Apparel". Video ini sebagai media promosi sehingga diharapkan dapat membantu perusahaan tersebut dalam bidang promosi, pengenalan produk, Sehingga diharapkan lebih banyak konsumen yang tau dan bahkan tertarik dengan produksi Nine Apparel.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dan penelitian yaitu: “Bagaimana cara membuat Iklan menggunakan teknik *motion graphic* di Nine Apparel ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan,maka permasalahan penelitian ini dibatasi pada :

1. Video Nine Apparel ini di buat sebagai sarana promosi.
2. Penelitian ini dilakukan di Nine Apparel.
3. Iklan ini dibuat dengan teknik *motion graphic*.
4. Iklan ini berisi tentang informasi produk di Nine Apparel.
5. *Software* yang digunakan adalah Corel Draw X7, Adobe Audition CC 2019 dan Adobe After Effect CS 6.
6. Video iklan ini akan di *upload* ke akun media sosial Nine Apparel.
7. Video ini di render dengan 1280 x 720 pixel, dengan format MP4.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Membuat aplikasi multimedia sebagai alternatif baru dalam penyampaian informasi yang bertujuan membangun *image* perusahaan. Terhadap sistem yang ditawarkan dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan media lain yang sudah lebih dahulu di kenal perusahaan. Disamping itu ada beberapa tujuan lainnya yaitu:

1. Mengenalkan ke publik tentang Produk di Nine Apparel.
2. Menambah pengalaman dalam ketrampilan sebagai modal dasar untuk memasuki kerja.

3. Memenuhi persyaratan kelulusan bagi jenjang Diploma 3 jurusan Manajemen Informatika pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat terhadap penulis :

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan selama menimba ilmu di Universitas Amikom.

2. Manfaat terhadap tempat penelitian :

Adanya inovasi baru dalam hal periklanan dengan digunakannya teknik *motton graphic*.

3. Manfaat terhadap universitas Amikom :

Menambah *referensi* di Perpustakaan Universitas Amikom tentang pembuatan *iklan*.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode – metode yang digunakan dalam pelaksanaan perancangan pembuatan video media informasi ini adalah :

1.6.1 Metode Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap Nine Apparel pada tanggal 10 Desember 2018 agar mendapat gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

1.6.2 Metode Wawancara

Peneliti melakukan tanya jawab langsung kepada Pemilik Nine Apparel pada tanggal 10 Desember 2018 sebagai bahan analisa penelitian.

1.6.3 Metode Perpustakaan

Metode perpustakaan adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengumpulkan buku – buku pustaka yang digunakan sebagai referensi. Metode perpustakaan digunakan penulis untuk membantu pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari dari buku, jurnal, dan ensiklopedia untuk melakukan pengumpulan data. Buku, jurnal maupun alamat web digunakan sebagai referensi atau sebagai pembanding. Referensi Metode perpustakaan yang dikutip dalam TA ini dapat dilihat di daftar pustaka. Beberapa literatur yang kami kutip adalah Buku dari M.Suyanto yang berjudul “ *Multimedia Alat untuk Meningkatkan Keunggulan*” dan Meyzi Heriyanto yang berjudul “ *Pengaruh Iklan dan kepercayaan merk terhadap minat beli konsumen* ”

1.7 Sistematika Penulisan

Agar mempermudah penulisan skripsi ini, penulis menjabarkan skripsi ini menjadi 5 bab, masing-masing diuraikan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menerangkan teori yang melandasi definisi multimedia, iklan, *motion graphic*, hingga tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi dari pembuatan video.

BAB III : Analisis dan Perancangan

Bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan, perancangan video, kemudian menggambarkan bentuk setiap karakter yang akan dimasukkan ke dalam proyek pembuatan animasi, serta menganalisa dengan analisa SWOT.

BAB IV : Implementasi dan Pembahasan

Bab ini menguraikan perencanaan dari rancangan yang telah di buat dan tahapan pembuatan video media informasi beserta proses *rendering*nya.

BAB V : Penutup

Bab ini akan berisi kesimpulan dari tiap analisa. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari video yang dibuat. Saran berisi tentang kekurangan atau kelemahan video yang dibuat serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut dari pembahasan yang telah dilakukan, serta bab ini juga berisi daftar pustaka yang berisi referensi-referensi yang telah digunakan sebagai penunjang dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.