

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

CV.Uri Florist yang beralamat di Jl.Kaliurang km.15,5 Sleman Yogyakarta adalah salah satu perusahaan pertamanan yang mencakup berbagai bidang seperti: *Consultant Landscape, Landscape Contractors, Maintenance Landscape, Rental dan Decoration*. CV. Uri Florist sudah menggunakan berbagai cara untuk mempromosikan perusahaannya, tetapi hasil yang diharapkan dirasa masih kurang maksimal. Maka dari itu media iklan digital diharapkan dapat membantu untuk mengenalkan perusahaan kepada masyarakat banyak.

Promosi adalah salah satu cara yang dilakukan untuk memperkenalkan bidang-bidang atau keunggulan yang berada pada perusahaan. Berkaitan dengan kegiatan yang selama ini dilakukan secara manual dan promosi dengan cara lain, akan lebih mudah dan cepat untuk memberikan informasi dengan memanfaatkan periklanan.

Pada zaman sekarang keberadaan sebuah taman di halaman rumah, perkantoran, ataupun kota, tentu sangat diharapkan oleh banyak orang. Keberadaan sebuah taman juga berguna selain untuk mengisi area kosong juga dapat memperindah halaman, taman juga memiliki banyak sekali manfaat, baik secara ekologis, estetis, psikologis, maupun sosial[1].

CV. Uri Florist adalah perusahaan pertamanan yang sudah jelas visi dan misinya, bahkan pemimpinnya juga sudah berkompeten dalam bidang pertamanan, oleh sebab itu kami ingin memperkenalkan CV. Uri Florist kemasyarakat lewat media promosi berupa iklan yang menggunakan teknik motion graphic.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana merancang iklan di media digital agar dapat diterima dan memudahkan dalam mempromosikan CV. Uri Florist kemasyarakat luas”.

1.3 Batasan Masalah

Dalam pengerjaan tugas akhir perlu ditetapkan batasan masalah agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian, batasan-batasan masalah tersebut meliputi :

1. Iklan CV. Uri Florist ini di buat dalam durasi 45 detik.
2. Media promosi video iklan ini hanya untuk media elektronik yaitu untuk *internet video commercial (IVC)*.
3. Video iklan menggunakan animasi 2D/3D *Motion Graphic*.
4. Menggunakan software Adobe Photoshop, Adobe Audition, Adobe After Effect, Adobe Premiere Pro dan CorelDraw.
5. Penelitian hanya sebatas pembuatan video iklan.

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan Tujuan melakukan penelitian serta menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Ahli Madya pada jenjang Diploma III Jurusan Manajemen Informatika.
2. Membuat agar video iklan ini dapat memaksimalkan peran dalam memasarkan CV. Uri Florist yang selama ini telah dipasarkan lewat media sosial seperti: BBM (*Blackberry Messenger*), Facebook, WhatsApp maupun Instagram dan toko online.
3. Membantu mengembangkan perusahaan CV. Uri-Florist lewat iklan agar lebih dikenal oleh masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
Dapat membantu mempromosikan perusahaan dengan cara media iklan menggunakan teknik motion graphic atau bisa kita kenal dengan desain komunikasi visual.
2. Bagi Mahasiswa
 - a. Menemukan metode penuangan gagasan secara efektif dan kompleks melalui bahasa visual yang tepat.
 - b. Pembelajaran tentang merancang komunikasi visual untuk mensukseskan sebuah motion grafik sesuai dengan target perusahaan yang dituju.

1.6 Metode Pengumpulan Data

1.6.1 Survey / Observasi

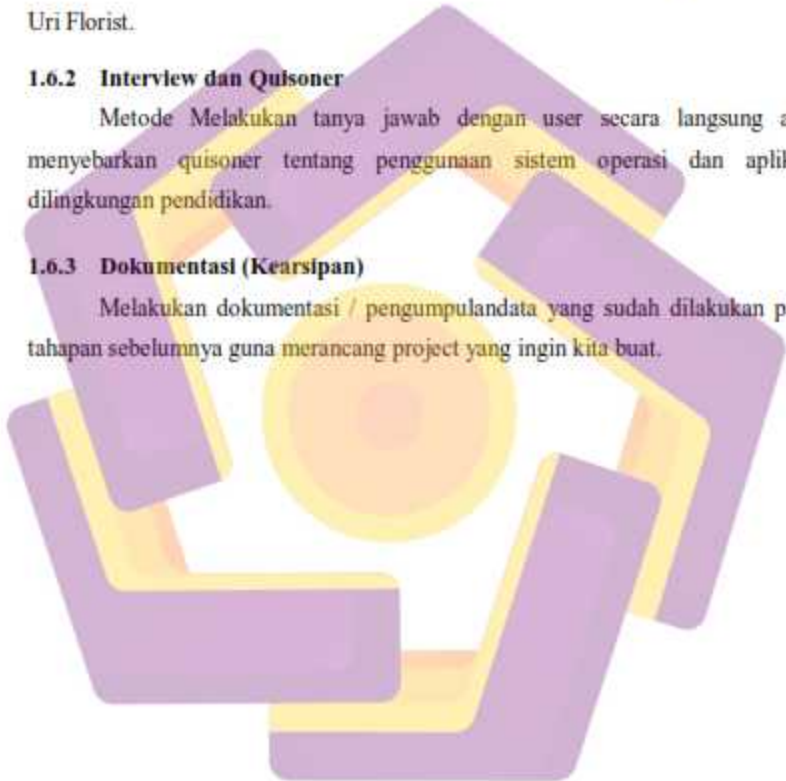
pengumpulan data dengan cara mendatangi objek yang dituju, yaitu CV Uri Florist. Agar mendapatkan gambaran penting untuk pembuatan iklan pada CV Uri Florist.

1.6.2 Interview dan Quisioner

Metode Melakukan tanya jawab dengan user secara langsung atau menyebarkan quisioner tentang penggunaan sistem operasi dan aplikasi dilingkungan pendidikan.

1.6.3 Dokumentasi (Kearsipan)

Melakukan dokumentasi / pengumpulandata yang sudah dilakukan pada tahapan sebelumnya guna merancang project yang ingin kita buat.



1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan tugas akhir ini dibagi secara sistematika kedalam 5 bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pengumpulan data, hingga sistematika penulisan laporan penelitian, hingga jadwal rencana kegiatan penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Membahas konsep dasar dan teori umum yang berkaitan dengan topik penelitian, berupa definisi-definisi mengenai Multimedia, animasi, motion graphics, teknik pembuatan dan penerapan grafis 2D-3D.

BAB III : TINJAUAN UMUM

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan umum iklan animasi 2D-3D secara umum dan menjelaskan kelebihan serta kekurangan iklan tersebut menggunakan tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Membahas perancangan dan pembuatan iklan yang dikerjakan, urutan-urutan pekerjaan yang dilakukan selama proses berlangsung hingga hasil akhir.

BAB V : PENUTUP

Bagian yang berisi tentang kesimpulan dan point penting dari rangkuman hasil penelitian yang dilakukan, saran penggunaan terhadap obyek penelitian dan pengembangan untuk memperoleh hasil yang lebih baik dari versi sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi referensi – referensi yang digunakan pembuatan iklan.

LAMPIRAN