

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

KoncoDolanID merupakan suatu instansi yang bergerak di bidang pariwisata dengan menawarkan jasa traveling. KoncoDolanID berdiri untuk memberikan nuansa yang berbeda dibidang kepariwisataan indonesia dengan memberikan pelayanan mulai dari driver, tour guide, dan tempat singgah sekaligus liburan. Disini pemesan jasa tidak hanya akan merasakan liburan semata, tetapi liburan sekaligus menjadi keluarga dan sahabat. KoncoDolanID sendiri mengangkat dan merancang konsep jasa travelnya dengan konsep teman main yang asik, jadi bukan hanya sebagai guide biasa, tetapi sebagai guide yang bisa menjadi teman dekat. Pramuwisata adalah sebutan/gelar bagi profesi tenaga kerja yang mempunyai pengetahuan, sikap kerja serta keterampilan yang keseluruhannya mempunyai nilai, dan bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan pengguna jasa. Nama sebutan lain dari pramuwisata yang berkewajiban untuk memberi petunjuk dan informasi yang diperlukan wisatawan adalah tour guide. KoncoDolanID ingin terus mengembangkan instansinya dengan memberikan pelayanan jasa yang baik dan tentunya ingin mengenalkan instansi mereka ke masyarakat yang lebih luas.

Dalam hal promosi KoncoDolanID masih mengalami kesulitan untuk mengenalkan jasanya, KoncoDolanID ingin memberikan sesuatu yang baru dan tentunya bisa menarik perhatian masyarakat luas agar bisa lebih mengenal pelayanan jasa dan apa saja benefit yang diberikan. Sebelumnya KoncoDolanID sudah menggunakan foto, video cinematic pasca liburan dan beberapa foto flayer untuk promosi di akun instagramnya. Ditahun ini, KoncoDolanID ingin membuat inovasi baru dengan membuat iklan berbentuk video animasi. Video animasi yang dibuat dengan kreatif dan unik tentunya akan membantu KoncoDolanID untuk memberikan informasi pelayanan apa

saja yang di tawarkan kepada calon pemesan jasa, akan tetapi dengan sumber daya manusia yang terbatas KoncoDolanID belum bisa merealisasikannya.

Dari masalah diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pembuatan Video Iklan Instagram Pada KoncoDolanID”. Video iklan yang akan dibuat menerapkan teknik *motion graphic*, menyesuaikan kebutuhan dari KoncoDolanID dan ketentuan-ketentuan iklan pada Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana membuat video iklan animasi jasa traveling dengan teknik *motion graphic* untuk membantu mengenalkan KoncoDolanID ke masyarakat yang lebih luas?”.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembatasan, sebagai berikut :

- a. Menampilkan video iklan animasi KoncoDolanID di akun Instagramnya.
- b. Hasil video tidak lebih dari 60 detik.
- c. Sumber data dalam video ini diambil dari KoncoDolanID.
- d. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *motion graphic*.

Video ini dibangun dengan menggunakan aplikasi yaitu Adobe Premiere, Adobe After Effect, Adobe Audition, Adobe Illustrator sebagai pengolah gambar animasi karakter dan lain-lain, Google Chrome dan Mozilla Firefox sebagai web browser saat membuat video.

1.4.Maksud dan Tujuan Penelttan

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang motion graphic sebagai media untuk memperkenalkan KoncoDolanID ke masyarakat luas. supaya membantualon pemesan jasa untuk mengetahui pelayanan jasa dan apa saja benefit yang diberikan oleh KoncoDolanID.

1.5.Manfaat Penelttan

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

- a. Membantu KoncoDolanID untuk menampilkan informasi pelayanan jasanya ke masyarakat.
- b. Membantu masyarakat untuk mengetahui pelayanan jasa dan apa saja benefit yang diberikan KoncoDolanID.

1.6.Metode Penelttan

Berikut ada beberapa metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan iklan animasi diantaranya yaitu :

1.6.1.Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1.Metode Observasi

Metode observasi ini adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang dituju, yaitu KoncoDolanID. Agar mendapatkan gambaran dan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

1.6.1.2.Metode Wawancara

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan infomasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden. Wawancara merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap survey, oleh karena itu penulis melakukan wawancara denganfounder KoncoDolanID.

1.6.1.3. Metode Kepustakaan

Metode ini adalah metode yang dilakukan dengan cara mencari dan melihat referensi teori dari buku, jurnal atau internet yang bersangkutan dengan penelitian ini.

1.7. Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan analisis yang didalamnya akan menganalisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

1.8. Metode Perancangan

1.8.1. Merancang Konsep Iklan

Merancang konsep iklan adalah langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, dibutuhkan kreativitas dan imajinasi agar menghasilkan iklan yang menarik.

1.8.2. Merancang Isi Iklan

Merancang isi iklan merupakan penerapan atau implementasi dari perancangan konsep iklan. Iklan harus menarik dan memiliki informasi seputar hal yang di iklankan.

1.8.3. Merancang Naskah Iklan

Dalam merancang naskah iklan, menentukan dialog dan urutan-urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan

iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata-kata yang akan disampaikan agar dapat membidik sasaran yang ditentukan.

1.8.4. Merancang Storyboard

Storyboard merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan iklan. Storyboard adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

1.8.5. Memproduksi Iklan

Tahap ini adalah penerapan dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses penting yang harus diperhatikan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.9. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan pengertian multimedia, konsep dasar iklan, jenis media promosi dan teknik visual efek apa saja yang dipakai dalam perancangan video iklan instagram pada KoncoDolanID.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan yaitu analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan iklan video iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses dan perancangan video iklan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya yang bersifat membangun dari pembahasan yang ada pada penyusunan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.

LAMPIRAN