

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Iklan internet mendefinisikan ulang arti dari iklan. Iklan internet merupakan media kaya, dinamis, orang ke orang, interaktif dan dapat menjangkau sejumlah besar orang dengan biaya relatif murah. Iklanlah yang membayar operasi layanan web, seperti halnya iklan pula yang menutup biaya siaran televisi sehingga kita bisa menonton televisi tanpa membayar. Misalnya, iklan-iklan komersial membayar search engine terkenal Yahoo di <http://www.yahoo.com>. Pada tahun 1998, para pengiklan menghabiskan 1,9 milyar dolar untuk beriklan di Internet, melampaui biaya yang dikeluarkan untuk iklan outdoor yang diperkirakan 1,6 milyar dolar pada tahun yang sama (Internet Index, 31/5/99) [5].

Swift English School merupakan salah satu tempat kursus terbaik bahasa inggris yang memiliki beberapa cabang di Indonesia salah satunya di Yogyakarta yang beralamat di Jl. Selokan Mataram No.1, Condongcatut, Depok Sub-District, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta 55283. Swift English School sendiri bertujuan untuk memberikan pengalaman terbaik kepada orang yang ingin belajar bahasa inggris. Maka dari itu iklan dalam bentuk video diyakini dapat menarik lebih banyak peminat, karena dengan gabungan suara dan gerakan membuat iklan tampak lebih hidup dan tidak membosankan.

Dari uraian diatas, maka dapat dilakukan penelitian dengan judul "Perancangan dan Pembuatan Animasi Sebagai Media Iklan untuk Swift English School Yogyakarta Menggunakan Motion Graphic". Hasil dari penelitian ini adalah

berupa video yang dapat digunakan untuk media iklan yang bertujuan untuk menginformasikan Swift English School dikalangan masyarakat luas pada umumnya.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya dapat diangkat sebuah rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana cara membuat dan merancang video iklan Swift English School Yogyakarta?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Video iklan ini akan berisikan informasi penting mengenai tempat kursus bahasa inggris Swift English School.
2. Target audience dari video iklan ini ditujukan untuk masyarakat luas, khususnya bagi orang yang ingin belajar bahasa inggris di Yogyakarta.
3. Menyampaikan keunggulan tempat kursus bahasa inggris Swift English School.
4. Video iklan ini akan di masukkan ke media sosial.

### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan informasi kepada masyarakat terkait tempat kursus bahasa inggris khususnya yang bertempat di Yogyakarta.

2. Meningkatkan kemampuan dalam bidang multimedia dan menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama di Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi Strata 1 Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Memperkenalkan Swift English School, agar masyarakat tertarik untuk belajar bahasa inggris.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini antara lain:

#### **a. Bagi Penulis**

Menemukan metode penuangan Informasi secara efektif dan kompleks melalui Bahasa visual yang tepat dan sebagai tambahan pengalaman bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang didapat selama duduk dibangku kuliah. Selain itu juga sebagai salah satu syarat kelulusan dan mempunyai gelar sarjana komputer dalam bidang informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

#### **b. Bagi Target Audience**

Dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang tempat kursus bahasa inggris yang berkualitas khususnya di daerah Yogyakarta.

## 1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk penulisan dan penyelesaian video iklan ini melalui beberapa metode, yaitu:

### a. Metode Pengumpulan Data

#### 1. Metode Observasi

Metode pengamatan yang mengharuskan penulis untuk lebih teliti dalam melakukan kegiatan seperti mencari data dan informasi yang tepat dalam perancangan dan pembuatan video periklanan. Dalam mendapatkan informasi yang valid untuk pembuatan video iklan, disini penulis langsung menemui manajer dari Swift English School cabang Yogyakarta yang beralamatkan di Jl. Selokan Mataram No.1, Condongcatur, Depok Sub-District, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta 55283, dan juga mengambil sebagian banyak informasi dari website resmi Swift English School.

### b. Metode Analisis

Pada metode analisis ini dilakukan proses identifikasi yaitu menggunakan analisis SWOT yang akan membahas tentang Strengths (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunities (peluang) dan Treaths (ancaman) dari video periklanan ini.

### c. Metode Perancangan

Pada metode perancangan ini dilakukan tahap pra produksi video. Pada metode ini dibutuhkan gagasan atau ide, konsep dan storyboard yang akan di buat.

#### **d. Metode Pengembangan**

Penulis menggunakan metode pengembangan dalam melakukan tahap produksi yang meliputi editing video. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi review, pemberian backsound, sound effect, dan pengisian voice over sebagai narasi pada video iklan, sampai ke tahap akhir berupa rendering dan implementasi.

#### **e. Metode Implementasi**

Metode implementasi dilakukan dengan cara mengiklankan video di Youtube ataupun media sosial.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Laporan Skripsi ini terdiri dari lima sub pokok pembahasan yang terdiri antara lain sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mengurai latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data serta sistematika penulis.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, dasar-dasar editing video, dasar-dasar efek visual animasi dan software yang digunakan dalam proses editing video.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada Bab analisis ini akan membahas tahap pra produksi dan analisis SWOT, menjelaskan mengenai analisis SWOT yang terbagi menjadi 4 bagian yaitu

Strength, Weakness, Opportunities dan Threats, yang menjelaskan masing - masing apa saja yang ada di Swift English School. Sedangkan tahap pra produksi

menjelaskan mengenai naskah dan storyboard yang akan memiliki pengaruh pada durasi video periklan tersebut.

### **BAB IV IMPLEMTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini merupakan tahapan akhir produksi dan pasca produksi pembuatan video periklanan menggunakan teknik motion graphic, serta tahapan-tahapan pekerjaan apa yang dilakukan penulis dan hasilnya di tunjukkan kepada dosen pembimbing dan bila telah di terima dengan baik oleh dosen pembimbing, video akan diserahkan kepada pihak Swift English School.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang membangun dari seluruh bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh bahasan sekaligus manfaat dan kelebihan iklan seerta kelemahan iklan yang dibuat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Bagian ini berisi referensi-referensi yang digunakan sebagai landasan pembuatan skripsi ini.