

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan teknologi multimedia banyak perusahaan besar maupun kecil memanfaatkan cara dengan iklan bertujuan untuk mengenalkan produk dan jasa yang mereka sediakan. Karena dengan menggunakan multimedia dalam menyampaikan sebuah informasi akan lebih menarik, salah satu yang sering di temui pada multimedia yang sering digunakan oleh perusahaan yaitu iklan televisi [1].

Iklan dengan menggunakan *motion graphic* adalah cara yang tepat agar informasi dapat tersampaikan dengan cara yang lebih ilustratif dan imaginative. Karena *motion graphic* sendiri mampu memvisualisasikan sesuatu yang tidak dapat di tampilkan dengan *liveshot* [2].

Klinik Pratama Anak Bangsa merupakan balai pengobatan umum yang melakukan kegiatan sosial, hanya semata mata ingin berbagi dan meringankan penderitaan masyarakat, banyak sekali orang yang sedang menderita berbagai macam penyakit seperti yang di alami oleh masyarakat. Klinik pratama anak bangsa terketuk hatinya untuk memberikan perhatian bagi masyarakat yang sedang menderita, pengobatan ini dilakukan secara gratis khususnya pada masyarakat yang benar-benar tidak mampu. Media promosi yang saat ini dilakukan oleh Klinik Pratama Anak Bangsa yaitu melalui *website*. Namun dengan keterbatasan sumberdaya manusia yang ada, perusahaan membutuhkan

informasi persuasif tentang produk sebagai alat promosi yang kuat, sehingga konsumen tertarik untuk mencoba produk yang ditawarkan [3].

Oleh karenanya, penulis bermaksud menambahkan jumlah media promosi dari Klinik Pratama Anak Bangsa dengan membuat sebuah iklan *motion graphic* melalui media youtube agar dapat menarik lebih banyak masyarakat. Dari permasalahan tersebut, maka judul yang penulis buat adalah “ Perancangan dan Pembuatan Iklan dengan Teknik *Motion Graphic* pada Klinik Pratama Anak Bangsa” [3].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat ditarik sebuah rumusan masalah yaitu “Bagaimana Merancangan dan Membuat Iklan dengan teknik *Motion Graphic* pada Klinik pratama Anak Bangsa”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditelah diuraikan, maka permasalahan peneliti ini hanya dibatasi pada :

1. Video promosi ini berupa teknik *motion graphic*.
2. Target video promosi berdurasi 30-60 detik.
3. Video promosi mencakup tentang profil dan pelayanan Klinik Pratama Anak Bangsa.
4. Pengujian video ini mengenai teknik *motion graphic* yang digunakan dan informasi mengenai Klinik Pratama Anak Bangsa.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitti

Maksud dan tujuan peneliti ini adalah :

1. Memperkenalkan Klinik Pratama Anak Bangsa kepada masyarakat luas melalui video iklan.
2. Membuat video iklan sebagai sarana promosi pelayanan masyarakat menggunakan teknik *Motion Graphic*.
3. Menerapkan ilmu yang didapat selama studi di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah :

1. Manfaat bagi penulis
 - a. Dapat menambah pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut perancangan iklan.
 - b. Dapat menyusun skripsi pada progam SI Informatika UNIVERSITAS "AMIKOM" Yogyakarta.
2. Manfaat bagi Klinik Pratama Anak Bangsa
 - a. Memperkenalkan klinik pratama anak bangsa ke masyarakat.
 - b. Menambah media promosi klinik pratama anak bangsa.

1.6 Metode Penelitian

1. Metode Kuantitatif: Melakukan pengumpulan data penelitian yang berhubungan dengan objek masalah yang dikaji.
2. *Study* Literatur: Mencari informasi dari berbagai sumber, jurnal, buku dokumentasi, internet dan pustaka.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Agar menunjang pencarian fakta dan pengumpulan data guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan kasus ini, Diperlukan pemahaman bagaimana informasi tersebut nantinya dapat dijalankan. Untuk mengetahui bagaimana informasi tersebut berjalan, diperlukan beberapa metode untuk memperoleh data yang akurat dan menghasilkan video informasi yang lebih baik.

Metode-metode tersebut antara lain :

1. Wawancara (Interview)

Penulis melakukan wawancara langsung pada Maret 2018 dengan Staff di Klinik Pratama Anak Bangsa untuk mendapatkan informasi.

2. Metode Observasi

Metode observasi ini untuk mengamati langsung terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh data-data yang diperlukan penulis untuk melakukan penelitian ini.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan sebelum produksi, seperti merencanakan konsep atau ide cerita, selanjutnya membuat dan mempelajari naskah dan *storyboar*. Teknik produksi ini menggunakan *motion graphic*. [4]

1.6.3 Metode Implementasi

Merupakan tahap dimana video *motion graphic* ini yang telah selesai dibuat akan diimplementasikan atau ditayangkan pada Youtube.

1.6.4 Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik *motion graphic* yang dapat diterapkan pada video informasi Klinik Pratama Anak Bangsa. Sehingga visualisasi data yang disampaikan dapat dengan mudah dimengerti masyarakat. [4]

1.7 Sistem Penulisan

Sistematika penulisan skripsi pada dasarnya untuk memudahkan pengertian tentang isi skripsi secara garis besar. Adapun penulisan tersebut dibagi dalam 5 bab, sebagai berikut : [4]

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitannya dengan penelitian, yang menuraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan untuk media informasi, seperti konsep dasar iklan.

BAB III PERANCANGAN

Pada bab ini menguraikan tentang ide cara, *storyboard*, serta tema pada implementasi teknik *motion graphic* pada video promosi klinik pratama anak bangsa.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang langkah produksi dan langkah paska produksi pada pembuatan video iklan untuk Klinik Pratama Anak Bangsa menggunakan teknik *motion graphic*.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari proses pembuatan iklan dan saran perbaikan iklan yang sudah dihasilkan untuk masa yang akan datang.