

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Istilah "*Motion Graphics*" dipopulerkan oleh Trish dan buku Chris Meyer tentang penggunaan Adobe After Effects, berjudul "Menciptakan Motion Graphics". Ini adalah awal dari aplikasi desktop yang mengkhususkan diri pada produksi video, tetapi tidak mengedit atau 3D program. Program-program baru dikumpulkan bersama-sama efek khusus, penulisan, dan toolsets koreksi warna, dan terutama datang antara mengedit dan 3D dalam proses produksi. Ini "di antara" gagasan grafis gerak dan gaya yang dihasilkan dari animasi adalah mengapa kadang-kadang disebut sebagai 2D. [1].

Motion graphic merupakan salah satu cabang ilmu desain grafis, dimana dalam motion, elemen – elemen desain seperti bentuk, raut, ukuran, arah, tekstur yang terdapat di dalamnya, dengan secara sengaja digerakkan atau diberi pergerakan agar tampak hidup. Perbedaan motion graphic dengan desain grafis adalah pada media aplikasinya, apabila pada desain grafis elemen – elemennya statis (diam) dan terdapat pada media cetak, sementara motion graphic, elemen dari desain tersebut diberi gerakan sehing. [2]

Berdasarkan pengamatan peneliti saat ini pihak Jogja English sudah memiliki chanel Youtube namun masih belum ada media yang berfokus pada promosinya, dan baru berisi video tentang hal-hal yang menunjukkan kegiatan dari Jogja English atau sebuah vlog.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti melihat adanya peluang membuat media video yang berfokus pada promosi Jogja English. Maka dari itu peneliti ingin membuat :

“ Perancangan Animasi 2D di Jogja English Sebagai Media Promosi Menggunakan Motion Graphic” Adanya media promosi berbentuk animasi, diharapkan akan lebih efektif dalam menarik member untuk mengikuti kursus di Jogja English.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yaitu, “bagaimana menerapkan *motion graphic* pada video animasi 2D Jogja English sebagai media promosi ?

1.3 Batasan Masalah

Agar media promosi tepat sasaran dan sesuai yang direncanakan, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut:

- a. Dalam pembuatan video animasi 2D ini menggunakan *motion graphic*.
- b. Aplikasi untuk membuat media promosi adalah Adobe After Effect Cc 2017 dan Adobe Illustrator
- c. Durasi video animasi ini adalah 1:40 detik
- d. Informasi yang akan disampaikan adalah profil dari Jogja English

1.4 Maksud dan Tujuan

Maksud

- a. Menganalisa dan merancang media promosi untuk lembaga kursus Jogja English agar dapat menarik minat pelajar atau mahasiswa untuk kursus di Jogja English.
- b. Membuat animasi 2D pada Jogja English sebagai media promosi
- c. Mengenalkan kepada calon member atau masyarakat tentang lembaga kursus Jogja English.

Tujuan

- a. Membantu Jogja English didalam menciptakan lembaga kursus yang terpercaya agar mampu bersaing dengan *competitor* lain.
- b. Sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan Setara1 jurusan teknik informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan, maka dalam pembuatan media promosi ini diperlukan data yang benar dan akurat. Maka dilakukan beberapa metode dalam pengumpulan data dan peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi

Digunakan untuk melakukan pengamatan terhadap video-video animasi 2D yang menggunakan *motion graphic*, untuk melihat kekurangan media promosi yang dilakukan sebelumnya.

b. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan pimpinan Jogja English Sri Indah Ambarawati, SIP pada tanggal 31 januari 2018.

c. Studi literature

Suatu teknik pengumpulan data dengan membaca buku-buku pustaka yang merupakan penunjang dalam memperoleh data untuk melengkapi dalam menyusun laporan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

1.5.2 Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari *Strengths (S)*, *Weaknesses (W)*, *Opportunities (O)*, dan *Threats (T)* yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dimana yang secara sistematis data membantu dalam mengidentifikasi factor-faktor luar (O dan T) dan factor didalam perusahaan (S dan W)

1.5.3 Metode Perancangan

Tahapan ini menggambarkan proses perancangan video animasi 2D sebagai media promosi. Perancangan video animasi 2D dapat menggunakan standar produksi animasi yang didalamnya terdapat beberapa langkah yaitu :

Pra Produksi (dodyandanimation.wordpress.com)

- a. Naskah
- b. Storyboard
- c. Animatic

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan akan memuat uraian secara garis besar isi laporan skripsi per bab, berikut susunan yang digunakan :

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bagian ini, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka, penjelasan dasar teori dasar multimedia, media promosi, konsep dasar pembuatan video animasi, prinsip-prinsip animasi, dan analisis

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang uraian tinjauan umum dari Jogja English, tinjauan sistem lama, identifikasi masalah yang menggunakan analisis SWOT, rancangan konsep video iklan, naskah iklan, *character, props and location, storyboard* dan audio.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bagian bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video animasi 2D Jogja English dengan *motion graphic* serta pembahasannya.

BAB V. PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari peneliti yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang menjadi referensi/acuan dalam penyusunan tugas akhir ini.

LAMPIRAN

Berisi tentang data yang dibutuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasan.

