

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan *Motion Graphic* begitu pesat, seiring dengan banyaknya *software motion graphic* yang menawarkan berbagai kemudahan dan keistimewaan. Dengan *Motion Graphic* beberapa informasi bisa disampaikan sekaligus dalam satu *scene video*. Teknik *Motion Graphic* menjadi elemen penting yang harus ada. Elemen-Elemen grafis yang dapat berupa teks dan image yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

Sebuah kota atau wilayah biasanya memiliki penempatan diri yang teraplikasikan dalam slogan atau yang dikenal dengan *city branding*. Seperti Bandung yang terkenal dengan produk distronya, Palembang dengan mpek-mpek. Lalu Depok yang belum mempunyai identitas dirinya. AboutDPK merupakan media anak muda yang fokus pada *City branding* Kota Depok tetapi masih jarang didengar oleh masyarakat Indonesia. Saat ini media penyampain informasi tentang AboutDPK masih sebatas pada *partnership* dengan berbagai komunitas di Depok.

Untuk menyelesaikan masalah ini, perlu dibuat sebuah iklan berupa video *motion graphic* untuk memaksimalkan informasi dan kegiatan apa saja yang ada di AboutDPK. Video ini sendiri mempunyai keunggulan yang mana pada sebuah media pemasaran dapat mencakup 5 unsur multimedia sekaligus yaitu: video, teks, gambar, animasi, dan suara yang tidak bisa disampaikan lewat sebuah poster.

Dengan latar belakang masalah tersebut, penulis mencoba untuk mengimplementasikan permasalahan di atas dengan melakukan suatu penelitian dengan judul "Perancangan Animasi Motion Graphic sebagai media promosi pada media sosial AboutDPK" yang diharapkan dapat memperluas promosi dan publikasi dari AboutDPK.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu *"Bagaimana merancang animasi motion graphic sebagai media promosi pada Media Sosial AboutDPK kepada warganya agar lebih mengenal kota Depok?"*

## 1.3 Batasan Masalah

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

1. Teknik yang digunakan dalam animasi adalah *motion graphic*.
2. Durasi master video animasi *motion graphic* adalah 1 menit.
3. Ditujukan kepada masyarakat umum.
4. Sasaran media promosi pada media online.
5. Analisis ini membahas kelebihan media promosi yang lama dengan solusi media yang baru.
6. Penelitian ini hanya sebatas membuat sesuai dengan kebutuhan pihak AboutDPK kemudian diserahkan untuk dijadikan sebagai bahan promosi "AboutDPK".

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Membuat media yang dapat menyampaikan pesan agar mudah dimengerti. Iklan promosi ini akan diserahkan kepada Pimpinan AboutDPK sebagai bahan promosi dalam bidang *city branding*.
2. Mempraktekan teknik motion graphic dengan membuat iklan mengenai sarana promosi AboutDPK.
3. Mempermudahkkan masyarakat dalam mendapatkan informasi yang terdapat di AboutDPK melalui iklan video promosi tersebut.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

##### 1.5.1 Bagi Penulis

1. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut perancangan iklan.
2. Memperoleh gambaran nyata tentang kegiatan *city branding* pada AboutDPK.
3. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program S1 Informatika UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

##### 1.5.2 Bagi Objek Penelitian

1. Memberikan masukan dan gambaran kepada AboutDPK tentang periklanan.
2. Animasi motion graphic ini diharapkan dapat membantu semua konsumen dalam informasi *city branding* kota Depok.

##### 1.5.3 Bagi Masyarakat Umum

Masyarakat jadi mudah mengetahui tentang informasi mengenai informasi dari AboutDPK.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya ini adalah sebagai berikut :

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.6.1.1 Metode Pustaka**

Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari lembaga/institusi. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

#### **1.6.1.2 Metode Wawancara**

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada Pimpinan AboutDPK yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang AboutDPK untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa penelitian.

#### **1.6.1.3 Metode Observasi**

Merupakan metode pengumpulan dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek yang di teliti yaitu beberapa kelebihan yang dianjurkan oleh pimpinan AboutDPK untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

#### **1.6.1.4 Metode Perpustakaan (*Library*)**

Metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan data dari buku, karya tulis, artikel dan referensi lainnya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan.

#### 1.6.1.5 Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat/direkam.

#### 1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai yaitu menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Di dalam analisis SWOT akan membahas tentang kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threat*) dari iklan ini. Dalam analisis kebutuhan non fungsional membahas kebutuhan software, hardware, dan brainware yang digunakan dalam penelitian.

#### 1.6.3 Metode Perancangan

Pada metode perancangan terhadap proses pra produksi. Pencarian ide atau gagasan merupakan hal pertama yang dilakukan. Dilanjutkan mencari data yang dibutuhkan. Kemudian menentukan tema dan pembuatan storyboard. Dalam pra produksi juga membahas standar karakter yang akan digunakan.

#### 1.6.4 Metode Pengembangan

Pada metode pengembangan terdapat tahap produksi. Dimana dimulai dengan membuat aset-aset dan karakter yang digunakan dalam animasi motion graphic yang akan dibuat, Selanjutnya mengolahnya agar menjadi sebuah animasi motion graphic seperti yang dirancang dengan panduan storyboard yang telah dibuat dalam tahap pra produksi. Menggabungkan animasi dengan voice dan sound effect. Kemudian melakukan review hasil sementara, jika terjadi kesalahan maka langsung dilakukan perbaikan.



### 1.6.5 Metode Evaluasi

Pengujian terdapat pada tahap pasca produksi. Animasi motion graphic yang telah dibuat akan diuji untuk menentukan kualitasnya serta memperoleh data yang akan digunakan sebagai bahan revisi produk. Pengujian yang dilakukan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada sample konsumen AboutDPK.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

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

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti dalam sekema penelitian dan tentang perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan iklan secara singkat.

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

Bab III membahas profil AboutDPK, analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional berupa kebutuhan software, hardware, dan brainware serta pengertian tahap pra produksi.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab IV ini membuat langkah atau proses, hasil pengujian dan analisa serta saran-saran yang akan disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.

## **BAB V      PENUTUP**

Bab V memuat kesimpulan dan hasil pengujian serta analisa saran-saran yang akan disampaikan dalam menyempurnakan penulisan laporan yang telah dibuat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

