

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan di dalam bidang pengetahuan dan teknologi telah memberikan pengaruh besar terhadap bidang sosial. Pembaharuan di dalam bidang sosial telah membawa pengaruh terhadap sikap, perilaku, dan nilai-nilai pada individu dan masyarakat. Untuk mencapai kemajuan dalam dunia sosial sangat diperlukan strategi yang tepat dengan memperhatikan komponen-komponen yang mendukung seperti materi, metode, sarana dan prasarana, serta evaluasi. Dengan Kelebihan multimedia yang menarik indera manusia, karena merupakan gabungan dari banyak media seperti gambar, suara, text, animasi dan video, sehingga dengan multimedia pemerintah dapat menyampaikan informasi dengan baik.

Kota layak anak adalah kota yang mempunyai sistem pembangunan berbasis hak anak melalui pengintegrasian komitmen dan sumber daya pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha, yang terencana secara menyeluruh dan berkelanjutan dalam kebijakan, program, dan kegiatan untuk menjamin pemenuhan hak dan perlindungan anak (www.kla.or.id)

Pemerintah dalam usaha untuk mempromosikan Kota Layak Anak baru sebatas melalui membagikan leaflet serta slide saat penyuluhan, seminar atau sosialisasi kepada masyarakat umum.

Pada metode diatas masih ditemui beberapa kendala dan kekurangan, yakni sistem penyampaian informasi secara lisan dengan menggunakan brosur dan slide yang hanya terdiri dari teks, suara serta gambar, dan tidak adanya gambar bergerak,

visualisasi tulisan dan informasi. Video mampu memberikan visual karena didalamnya terdapat unsur teks, gambar, audio, animasi.

Dari permasalahan yang telah diuraikan di atas. Dapat disimpulkan bahwa pentingnya sebuah media berupa video guna mendukung kebutuhan promosi yang berkaitan Yogyakarta Kota Layak Anak. Diharapkan dengan media promosi yang menerapkan video ini, masyarakat akan lebih paham mengenai Kota Layak Anak serta implementasi dari pemerintah. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis mengambil skripsi dengan judul "Pembuatan Media Promosi "Yogyakarta Kota Layak Anak" Pada Kantor Pemberdayaan Masyarakat dan Perempuan"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka pada perumusan masalah Bagaimana memanfaatkan multimedia dalam bentuk video promosi "*Yogyakarta Kota Layak Anak*" sebagai promosi serta informasi kepada masyarakat ?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan pada penelitian ini tidak melebar dan untuk mempermudah dalam penyelesaiannya nanti akan dibatasi pada beberapa hal berikut

1. Pembuatan dan perancangan video ini sebagai sarana untuk membantu promosi kota layak anak.
2. Berdurasi 1 menit 20 detik
3. Konsep pembuatan video promosi ini merupakan animasi 2D yang berupa motion grafis.

4. Software yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah Adobe After Effect CC 2015, Adobe Illustrator CC 2015, Adobe Premiere CC 2015, Adobe Audition CC 2015, serta software pendukung lainnya.
5. Video ini minimal dapat diputar pada perangkat desktop dengan format h264-mp4 dengan ukuran HD (1280pxX720px)
6. Target tayang video ini pada papan digital yang terdapat pada gedung dinas
7. Pembuatan video dalam penelitian ini hanya sampai video diberikan kepada Dinas Pemberdayaan Masyarakat Perlindungan Perempuan dan Perlindungan Anak setelah direview

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Strata I Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Merancang dan membuat video promosi "Yogyakarta Kota Layak Anak".
3. Turut berperan serta dalam mewujudkan Yogyakarta Menjadi Kota Layak Anak.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain :

1. Video ini menyampaikan informasi tentang Kota Yogyakarta Layak Anak.
2. Menjadi media promosi dan sosialisasi kepada masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan atau observasi terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi lain yang tidak didapat dari metode wawancara.

2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak instansi, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Metode Kepustakaan

Mengumpulkan data dengan membaca buku yang berkaitan dengan tema judul skripsi yang penulis ambil. pengumpulan data dengan metode kepustakaan akan menambah referensi materi yang akan penulis tuangkan dalam penulisan skripsi ini.

1.6.2 Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan sebagai berikut:

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu cara untuk menganalisis perencanaan strategic yang di dalamnya mempertimbangkan beberapa point, seperti *streghts*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* agar sebuah iklan dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan.

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan analisis yang di dalamnya akan menganalisis kebutuhan informasi, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

1.6.3 Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan, seperti membuat naskah iklan menentukan konsep gambar 2d yang akan digunakan sebagai ikon, serta membuat storyboard iklan.

1.6.4 Pengembangan

Metode pengembangan dengan melakukan langkah-langkah produksi yang di dalamnya terdapat proses pembuatan gambar 2d, menyusun gambar sesuai naskah, review hasil sementara dan dokumentasi hasil. Tahap pasca produksi, yaitu tahap dilakukannya proses editing, memeriksa hasil editing sementara, dan jika editing sudah sesuai dengan yang diharapkan, kemudian dilanjutkan dengan proses rendering untuk packaging hasil akhir dengan format video yang diinginkan.

1.6.5 Metode Evaluasi

Merupakan suatu prosedur ilmiah yang sistematis yang dilakukan untuk mengukur hasil produk sesuai dengan tujuan yang direncanakan atau tidak, dengan cara mengumpulkan, menganalisis dan mengkaji pelaksanaan produk yang dilakukan secara objektif

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan menerangkan teori-teori yang melandasi analisis dan perancangan sistem dan jenis media promosi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang perancangan iklan dari proses pra produksi sampai post produksi. Pembuatan *storyboard* dan pembuatan ide cerita juga akan dipaparkan dalam bab ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimanana mengimplementasikan teknik dan akan menjelaskan perancangan secara teknis serta memaparkan hasil dari penerapan tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini penulis akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.

DAFTAR PUSTAKA

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

