

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan teknologi multimedia banyak perusahaan besar maupun kecil memanfaatkan dengan cara membuat iklan yang bertujuan untuk mengenalkan produk atau jasa yang mereka sediakan. Karena dengan menggunakan multimedia dalam menyampaikan sebuah informasi akan lebih menarik dibandingkan dengan tanpa multimedia, salah satu yang sering ditemui pada multimedia yang sering digunakan pada perusahaan yaitu iklan televisi, iklan dengan menggunakan media cetak dengan desain gambar yang menarik, dan animasi dalam bentuk iklan.

Heezab Collection ialah sebuah online shop yang menjual produk keperluan khususnya bagi kaum hawa. Selama ini Heezab Collection menggunakan media sosial sebagai media promosi yang berisi tentang produk yang disediakan dalam bentuk text, sehingga pelanggan maupun pembeli kesulitan untuk mendapatkan visualisasi mengenai produk yang disediakan, serta sulit untuk menyakup calon pembeli atau pelanggan secara meluas. Disisi lain kompetitor meningkatkan promosi perusahaan mereka dengan berbagai cara. Adanya peluang diatas maka, penulis menawarkan diri untuk membuat video animasi 2D menggunakan teknik *motion graphic* kepada owner Heezab Collection yang bertujuan sebagai media promosi Heezab Collection.

Melalui pengemasan visualisasi informasi dalam bentuk video animasi 2D dengan menggunakan teknik *motion graphic* akan menyampaikan informasi Heezab Collection secara jelas seperti halnya dalam menjelaskan tentang produk

penjualan seperti hijab instan (khimar), skincare jafra. Informasi berisi mengenai detail bahan dari hijab instan (khimar) dan produk jafra serta cara memesan produk dari heezab collection. Selain itu video animasi 2D mudah dalam mengaplikasikan pada media yang dapat dijadikan sebagai sasaran dalam publikasi untuk tujuan promosi. Berbeda halnya dengan menggunakan media cetak seperti brosur, baliho, ataupun banner, dikarenakan Heezab Collection dalam menyebarkan informasi melalui media sosial. Maka dari keterangan diatas penulis tertarik untuk mengajukan judul skripsi **"Pembuatan Video Promosi 2D Pada Heezab Collection"**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yakni, *"Bagaimana cara membuat video promosi animasi 2D pada Heezab Collection?"*

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas penulis membatasi ruang lingkup pembahasan, yaitu :

1. Video promosi ini berupa animasi 2D menggunakan teknik *motion graphic*.
2. Target video promosi animasi 2D ini berdurasi 1-2 menit.
3. Video promosi animasi 2D ini mencakup tentang profil dan produk Heezab Collection.
4. Pengujian video ini mengenai teknik *motion graphic* yang digunakan dan informasi mengenai produk yang disediakan Heezab Collection.

5. Tahap penelitian video promosi animasi 2D ini hanya sampai pada tahap produksi iklan dan hasil video akan diberikan kepada pihak Heezab Collection yang digunakan sebagai media promosi.
6. Target tayang Youtube berperan sebagai media promosi.

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

Adapun maksud dan tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi strata 1 Teknik Informatika di STMIK Amikom Yogyakarta.
2. Mengenalkan produk dan usaha Heezab Collection ke masyarakat luas.
3. Membuat video iklan animasi 2D untuk Heezab Collection sebagai media promosi.

#### **1.5 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang obyek permasalahan dari penelitian, yaitu :

##### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

1. Metode Studi Literatur

Yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan kandungan isi buku-buku yang di dalamnya dapat dijadikan sebagai referensi dalam mendapatkan sebuah informasi.

## 2. Metode Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang efektif dalam mempelajari dan mengamati dalam pembuatan video promosi animasi 2D dengan memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

## 3. Metode Wawancara

Yaitu dilakukan dengan pihak dari usaha untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

### 1.5.2 Metode Analisa

Metode pengolahan yang digunakan analisis SWOT berdasarkan *Strength / Kekuatan (S)* , *Weakness / Kelemahan (W)*, *Opportunities / Peluang (O)* dan *Threats / Ancaman (T)*.

### 1.5.3 Metode Produksi

Perancangan sebuah video promosi animasi 2D ini menggunakan standar produksi animasi yang terdapat beberapa langkah, yakni :

#### 1. Tahap Pra Produksi.

Meliputi: Ide/konsep, naskah, storyboard.

#### 2. Tahap Produksi.

Meliputi: Modeling, Texturing, Animation, Rendering, Composite/Editing.

#### 3. Tahap Pasca Produksi.

Meliputi : Rendering, Compositing, Editing Sound, Rendering video.

### 1.5.4 Evaluasi

Evaluasi merupakan kegiatan yang membandingkan antara hasil implementasi dengan criteria dan standar yang telah ditetapkan untuk

melihat berhasil atau tidak iklan tersebut dibuat. Dari evaluasi kemudian akan tersedia informasi mengenai sejauh mana suatu iklan tersebut telah dicapai sehingga bias diketahui bila terdapat selisih antara standar yang telah ditetapkan dengan hasil yang telah dicapai.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menerapkan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini 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**

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video animasi 2D, serta software-software yang digunakan dalam perancangan video promosi animasi 2D.

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

Bab ini menguraikan tentang profil Heezab Collection, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

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

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video promosi animasi 2D pada Heezab Collection serta pembahasannya.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

