

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Still image atau gambar tidak bergerak adalah salah satu *element* multimedia. Menghidupkan *still image* atau memfilmkan susunan gambar atau menggerakkan sebuah model hingga menjadi sebuah gerak ilusi merupakan definisi animasi, nama lain dari animasi adalah *motion graphic* atau gambar bergerak. Disebut dengan gambar bergerak karena dalam proses pembuatannya digunakan banyak gambar dan dimanipulasi sedemikian rupa sehingga tampak menarik dan seolah-olah rangkaian gambar tersebut nampak bergerak. *Motion graphic* adalah animasi yang menampilkan *graphic* dan *text*. *Motion graphic* sering diterapkan di *running text*, *opening video*, animasi logo sebuah perusahaan atau *company profile*.

Persaingan dalam dunia usaha saat ini sangat ketat dibutuhkan teknik dan cara promosi yang efisien agar dapat bertahan dan berkembang dalam dunia usaha PT. MOMETRI ARTA INDONESIA saat ini menggunakan media desain grafis cetak dan digital sebagai media promosi. Media cetak yang digunakan sebagai media promosi adalah banner dan brosur sedangkan untuk promosi digital melalui sosial media dan website unikk.com. Pada saat ini media promosi tersebut kurang menarik. Untuk mendapatkan informasi dari media tersebut juga harus memiliki kemampuan membaca dan niat membaca.

Perusahaan membutuhkan cara agar proses promosi dapat tersampaikan dan menarik. Menghidupkan *still image* atau menggerakkan sebuah model hingga menjadi sebuah gerak ilusi yang disebut *motion graphic*. *Motion graphic* diperlukan perusahaan agar informasi promosi yang disajikan dapat lebih diterima dan dinikmati. Mengubah media promosi yang awalnya berupa gambar 2d bertujuan untuk memperjelas informasi promosi dan konsumen dapat menikmati informasi tersebut.

Dari beberapa faktor kendala media promosi baik media cetak (brosur dan banner) dan media online (sosial media dan web), penulis menyimpulkan ingin membuat sebuah video promosi *motion graphic* sebagai media promosi yang menarik dan tentunya mempunyai nilai komersil dalam usaha yang mampu memberikan karakteristik dan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Maka dalam penelitian dan pembuatan skripsi ini penulis mengambil judul “perancangan dan pembuatan iklan pada studio unikkk bandung jawa barat” diharapkan kegiatan iklan menggunakan video merupakan salah satu media yang efektif untuk iklan produk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah diatas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang didapat adalah “Bagaimana membuat video promosi untuk PT. MOMETRI ARTA INDONESIA (Studio Unikkk) dengan teknik *motion graphic*?”

1.3 Batasan Masalah

Dalam suatu penelitian batasan masalah dibuat agar penelitian lebih terarah saat pembahasan dan tujuan penelitian tercapai sesuai kebutuhan. Adapun batasan-batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1.3.1 Objek penelitian PT MOMETRI ARTA INDONESIA (Studio Unikkk)

1.3.2 Video iklan *motion graphic* akan menampilkan :

1. Keunggulan jasa *design studio* Unikkk
2. Harga yang ditawarkan studio *design Studio* Unikkk
3. Konsumen yang pernah ditangani oleh Studio Unikkk
4. Kontak yang dapat dihubungi

1.3.3 Video menggunakan teknik *motion graphic* secara keseluruhan

1.3.4 Target video iklan adalah sosial media Instagram

1.3.5 Video hanya akan menampilkan animasi 2D

1.3.6 Durasi video 36 detik

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pembuatan video promosi pada PT MOMETRI ARTA INDONESIA (Studio Unikkk) adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan video iklan guna membantu memasarkan dan mengembangkan PT MOMETRI ARTA INDONESIA (Studio Unikkk) kepada masyarakat maupun kepada mitra perusahaan.
2. Guna penyusunan skripsi sebagai syarat kelulusan program Strata I di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang penulis lakukan diharapkan memberi manfaat kepada beberapa pihak diantaranya sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat penelitian bagi penulis, sebagai mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta

1. Mengembangkan dan menambah wawasan serta ilmu pengetahuan dalam bidang teknologi informasi.
2. Mengasah keahlian teknik *motion graphic* dalam pembuatan video promosi perusahaan.

1.5.2 Manfaat penelitian bagi PT MOMETRI ARTA INDONESIA (Studio Unikkk)

1. Memberikan konsep baru dalam proses promosi perusahaan untuk lebih dikenal masyarakat dan perusahaan lain.
2. Memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk memasarkan produk.

1.5.3 Manfaat penelitian bagi Konsumen

1. Memberikan pandangan agar konsumen tertarik pada produk yang dipasarkan oleh Panganmas.
2. Konsumen lebih mudah dalam mendapatkan informasi tentang PT MOMETRI ARTA INDONESIA (Studio Unikkk).

1.5.4 Manfaat bagi STMIK AMIKOM Yogyakarta

Sebagai referensi karya ilmiah dalam bentuk laporan skripsi bagi mahasiswa yang mengerjakan skripsi.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang penulis lakukan melalui beberapa aturan perancangan dan tahapan berurutan.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data melalui dua metode pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

1. Metode Observasi
Metode observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati kegiatan untuk melakukan pengukuran terhadap objek penelitian.
2. Metode Wawancara
Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber untuk mengetahui informasi lebih tentang perusahaan yang berhubungan dengan pembuatan video promosi.

1.6.2 Metode Analisis

Untuk mengidentifikasi masalah, maka harus dilakukan analisis terhadap kinerja, informasi, ekonomi, pengendalian, efisiensi, dan pelayanan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode SWOT. Panduan ini dikenal dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threat*).

1.6.3 Metode Perancangan

Adapun metode perancangan pada pembuatan aplikasi ini memiliki tiga tahap yaitu tahap pra produksi, produksi dan tahap pasca produksi. Adapun pengetahuan dari tahap-tahap metode perancangan sebagai berikut :

1.6.3.1 Pra produksi

pada tahap ini penulis akan mencari ide dan menentukan tema. Setelah itu penulis akan menyiapkan *storyline* dan untuk memperjelas *storyline* penulis akan membuat *storyboard*. Jika dalam video menampilkan karakter maka tahap ini juga akan merancang karakter, mulai dari perawakan sampai dengan kostum yang di kenakan.

1.6.3.2 Produksi

Pada tahap produksi ini penulis akan mengumpulkan gambar dan membuat aset grafis yang diperlukan sesuai dengan *storyboard* yang telah dibuat. Aset grafis berupa sketsa dari tahap pra produksi akan didigitalisasi pada tahap ini.

1.6.3.3 Pasca produksi

Pasca produksi merupakan tahap terakhir dari pemuatan video, pada tahap ini penulis akan menggabungkan semua aset grafis dan menggerakkan aset grafis tersebut. Penulis juga melakukan perekaman suara narasi untuk melengkapi video. Jika semua aset sudah tergabung maka penulis melakukan proses *rendering* untuk proses akhir video.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka, membahas sistem secara umum yang meliputi konsep dasar multimedia, teknik animasi dan teori analisis serta teori mengenai kuesioner.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai metode analisis kebutuhan data dan menjelaskan tentang pembuatan rancangan video promosi menggunakan teknik *motion graphic*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membuat uraian tentang implementasi video promosi dengan *motion graphic* yang telah dibuat, serta hasil dari pembuatan video tersebut meliputi analisis hasil uji coba upload video.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup akan memuat simpulan-simpulan yang merupakan rangkuman dari analisis video promosi yang sudah dikerjakan sebelumnya. Sedangkan untuk saran dan pendapat berisi mengenai apa saja yang perlu diperhatikan berdasar keterbatasan yang ada, guna mendapatkan hasil yang baik.