

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Motion Graphics adalah penggabungan dari Seni Desain Graphics, Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan teknik Animasi. Motion Graphics terdiri dari dua kata, Motion yang berarti Gerak dan Graphics atau yang sering kita kenal dengan istilah Grafis. Dari pengertian dua kata tersebut, bisa dikatakan bahwa Motion Graphics, juga dapat disebut dengan istilah Grafis Gerak.

Pada zaman dahulu kala, proses pembuatan Motion Graphics dikerjakan dengan cara menyusun gambar secara berurutan hingga menjadi satu kesatuan. Gambar-gambar yang disusun tersebut, telah dimanipulasi sedemikian rupa sehingga ketika tersesusun menjadi satu kesatuan, gambar-gambar tersebut menampilkan ilusi pergerakan. Kini, seiring berkembangnya teknologi, maka diciptakanlah beberapa perangkat lunak komputer yang mampu mengolah karya Motion Graphics secara digital. Seorang Motion Graphics Designer tidak lagi menggunakan metode kerja menyusun gambar demi gambar untuk menciptakan karyanya. [1]

UD SEKAWAN TANI adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan sarana pertanian di Gunungkidul. Ada berbagai jenis barang penunjang pertanian yang ditawarkan oleh UD SEKAWAN TANI untuk para konsumen yang ada di Gunungkidul maupun di luar daerah, seperti pupuk, bibit, dan pestisida, serta

alat-alat pertanian lainnya. Memiliki tiga cabang, dengan lebih dari 10 karyawan. UD SEKAWAN TANI tidak hanya terfokus pada menjual barang penunjang pertanian di toko saja, melainkan juga dengan mendistribusikan barang di desa-desa sesuai dengan pesanan pelanggan. Metode pengemasan saat pendistribusian barang disesuaikan dengan tingkat kerentanan barang. Dengan metode tersebut, UD SEKAWAN TANI memiliki pelayanan yang baik untuk menjaga kualitas barang.

Pendirian usaha yang dilakukan oleh UD SEKAWAN TANI telah mendapat izin oleh Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan Pemerintah Daerah setempat, sehingga mampu memberikan jaminan kepada konsumen bahwa UD SEKAWAN TANI telah mendapat izin dan menyediakan barang maupun pelayanan kepada konsumen sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dalam metode promosi, UD SEKAWAN TANI belum melakukan promosi secara khusus, melainkan hanya dari mulut ke mulut saja.

Oleh karena itu, penulis mengatasi masalah dengan membuat video iklan berbasis multimedia menggunakan teknik motion graphic. Terkait dengan hal tersebut, penelitian bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas yang berhubungan dengan barang yang ditawarkan oleh UD SEKAWAN TANI. Melalui pembuatan Video ini diharapkan masyarakat luas atau umum akan dapat memperoleh gambaran tentang UD SEKAWAN TANI dan dapat menunjang penjualan.

Dalam skripsi ini penulis membuat penelitian yang berjudul : **“Perancangan Video Iklan sebagai Media Promosi UD Sekawan Tani Menggunakan Teknik Motion Graphic”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah : Bagaimana membuat video iklan UD SEKAWAN TANI sebagai media promosi menggunakan teknik motion graphic?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup kedalam lingkup lebih kecil:

1. Penelitian ini dilakukan di UD SEKAWAN TANI.
2. Hasil video akan menampilkan profil dan barang yang ditawarkan oleh UD SEKAWAN TANI.
3. Sumber data yang digunakan diambil langsung dari pihak perusahaan.
4. Video iklan tersebut digunakan sebagai konsumsi UD SEKAWAN TANI dan sebagai sarana promosi kepada masyarakat umum.
5. Software yang digunakan dalam video ini adalah Adobe After Effect, Adobe Premiere, Adobe Media Encoder, dan Adobe Illustrator.
6. Hasil implementasi video iklan ini menggunakan teknik motion graphic yang berdurasi 1 menit.
7. Hasil akhir dari video yang dibuat hanya akan diserahkan kepada pihak UD SEKAWAN TANI selaku objek penelitian.

8. Media promosi yang digunakan adalah media online Instagram.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Membuat video iklan yang berupa informasi-informasi mengenai barang yang ditawarkan UD SEKAWAN TANI.
2. Membuat media promosi menggunakan visual yang lebih menarik.
3. Memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang barang yang ditawarkan oleh UD SEKAWAN TANI.
4. Meningkatkan metode pemasaran.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Membantu pihak UD SEKAWAN TANI untuk menyampaikan informasi mengenai barang yang ditawarkan kepada masyarakat umum.
2. Membantu masyarakat umum untuk mengetahui informasi mengenai UD SEKAWAN TANI.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan dan pembuatan video iklan ini sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai UD SEKAWAN TANI.

2. Observasi

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang spesifik dan mengamati apa saja potensi perusahaan yang bisa diangkat di video iklan UD SEKAWAN TANI secara langsung.

1.6.2 Metode Analisis

Metode ini menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan sistem.

1.6.3 Metode Perancangan dan Pembuatan

Metode yang digunakan dalam proses pembuatan video iklan, yang akan melalui beberapa tahapan seperti pra produksi, produksi dan pasca produksi. Urutannya sebagai berikut :

a. Pra Produksi

Merupakan metode dimana segala kegiatan yang berhubungan dengan persiapan sebelum melakukan produksi seperti : Perancangan Konsep, Naskah, Storyboard.

b. Produksi

Tahap produksi adalah : Perancangan objek, Pengaturan layout, Proses pembuatan objek dan konten, Proses pengambilan audio. Peralatan yang digunakan antara lain : Laptop, Mouse, Scanner, Mic.

c. Pasca Produksi

Merupakan metode penyelesaian produksi multimedia menjadi hasil akhir, seperti : Editing, Compositing, Rendering.

1.6.4 Metode Pengembangan

Tahap ini adalah dilakukannya review hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan video, dan menentukan hasil untuk masuk tahap pasca produksi (*editing*).

1.6.5 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video untuk menentukan kelayakan penayangan disosial media atau media lainnya yang sesuai dengan kewenangan perusahaan.

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang hal-hal yang berhubungan dan mendukung dalam hal perancangan dan pembuatan video iklan yang dibuat berdasarkan pemaparan teori termasuk teknik dan pembuatan video yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis kebutuhan produksi, proses pra produksi pada proses pembuatan video iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang proses produksi dan proses pasca produksi dalam pembuatan video iklan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan hasil penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.