

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Jogja Adventure merupakan perusahaan yang bergerak sebagai penyedia jasa persewaan rental outdoor di Yogyakarta yang telah beroperasi sejak tahun 2016. Perusahaan ini terletak di Singojayan RT/03 RW/01 No 50a Pakuncen, Wirobrajan, Kota Yogyakarta. Jogja Adventure merupakan salah satu persewaan alat outdoor yang memiliki banyak informasi baik berupa barang, harga dan promo.

Media informasi sangat penting untuk menunjang kesuksesan dalam pelaku bisnis saat ini, dengan informasi yang dikemas secara menarik dan lengkap akan mempermudah *audience* dalam menangkap suatu informasi. Jogja Adventure sudah mempunyai peralatan yang cukup lengkap dengan promo promonya serta kualitas peralatan yang bagus. Akan tetapi tidak dibahas dan disampaikan keseluruhan dalam satu media informasi berupa video pada media promosi Jogja Adventure.

Berdasarkan keterangan di atas untuk meningkatkan kemampuan promosi dan penyampaian informasi maka video informasi dikemas menjadi video animasi yang di dalamnya menggunakan kombinasi animasi gambar, teks, dan suara yang berisi mengenai cara penyewaan, cara pengembalian, promo yang menarik, beberapa alat outdoor yang ada, lokasi dan kontak. Oleh karena itu, solusi yang tepat untuk menyelesaikan

masalah tersebut peneliti mengangkat judul "*Pembuatan Video Iklan Jogja Adventure sebagai Media Informasi*".

1.2. Rumusan Masalah

Setelah mengkaji latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dari penelitian ini yaitu "Bagaimana Pembuatan Video Iklan Jogja Adventure sebagai Media Informasi?".

1.3. Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Implementasi pembuatan video iklan animasi berdurasi 1 menit.
2. Penelitian dilakukan di Jogja Adventure yang beralamat di Singojayan RT/03 RW/01 No 50a Pakuncen, Wirobrajan, Kota Yogyakarta.
3. Proses pembuatan video iklan mengikuti alur pra produksi, produksi dan pasca produksi.
4. Pengujian yang akan ditampilkan berupa informasi hasil akhir pembuatan video media iklan dengan menggunakan animasi
5. Implementasi pada video iklan akan ditayangkan di *Instagram Ads*.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan iklan untuk menyampaikan informasi dan memperkenalkan Jogja Adventure untuk lebih dikenal oleh masyarakat
2. Menginformasikan Jogja Adventure dalam bentuk video animasi yang berdurasi 1 menit
3. Menyampaikan media informasi berupa video agar dapat dengan mudah di mengerti dan di sebarluaskan melalui digital
4. Membuat video animasi iklan yang sesuai dengan kebutuhan Jogja Adventure.
5. Memanfaatkan perkembangan teknologi multimedia dan computer

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk:

1. Memperkenalkan Jogja Adventure kepada masyarakat luas melalui media informasi dalam bentuk video
2. Menjadi pembelajaran bagi peneliti agar kedepannya dapat menerapkan teknik serupa lebih baik dari sebelumnya.
3. Menambah ilmu pengetahuan baru dalam pembuatan video informasi pada bidang multimedia.

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan iklan ini adalah sebagai berikut.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah salah satu cara mendapatkan data bahan maupun informasi dengan datang langsung kepada narasumber objek yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian. Metode wawancara ini digunakan penulis untuk memperoleh data dengan menanyakan langsung kepada Owner Jogja Adventure sehubungan dengan data yang dibutuhkan.

1.6.1.2. Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti agar dapat mengetahui dengan jelas masalah yang dihadapi dan cara penyelesaiannya. Dalam metode ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap objek Jogja Adventure yang berada di Singojayan RT/03 RW/01 No 50a Pakuncen, Wirobrajan, Kota Yogyakarta bahwa objek tersebut membutuhkan media berupa video iklan animasi yang dapat memuat informasi lebih banyak dan dapat disebarakan lebih luas.

1.6.1.3. Metode Studi Pustaka

Metode Studi Pustaka yaitu salah satu cara mendapatkan data bahan maupun informasi atau referensi melalui berbagai sumber. Metode keperpustakaan digunakan penulis untuk membantu pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari dari buku, skripsi sebelumnya maupun website sebagai referensi ataupun sebagai bahan perbandingan terhadap laporan karya ilmiah yang akan dilakukan oleh penulis.

1.6.1.4. Metode Analisis

Dalam perancangan ini peneliti menggunakan metode analisis SWOT. Analisis ini membahas mengenai kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threat*) dari potensi pembuatan video promosi.

1.6.2. Metode Perancangan

Dalam proses pembuatan animasi ada beberapa tahap yang harus penulis lakukan mulai dari Pra-Produksi hingga pasca produksi.

1.6.2.1. Tahap Pra-produksi

Merupakan tahap dimana kita mengerjakan semua pekerjaan dan aktifitas sebelum iklan di produksi secara nyata.

Tahap Pra-produksi meliputi :

- a) Menentukan ide atau alur konsep yang akan dibuat

- b) Konsep menentukan bentuk karakter atau hal-hal yang perlu untuk dianimasikan
- c) Pembuatan *storyboard*.

1.6.2.2. Tahap Produksi

Merupakan tahap dimana iklan mulai di produksi. Tahap ini meliputi:

- a) Pembuatan dan pewarnaan bentuk-bentuk karakter yang sudah sesuai dengan konsep dan storyboard yang telah dibuat.
- b) Menggabungkan animasi dengan *background*

1.6.2.3. Tahap Pasca-produksi

Merupakan tahap dimana semua aktifitas Pra-produksi dan Produksi sudah selesai dilakukan. Pada tahap ini meliputi :

- a) Penggabungan audio dan video.
- b) Pemberian animasi.
- c) *Rendering*.
- d) *Testing*.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan uraian singkat setiap bab yaitu berisi gambaran tiap-tiap bab. Maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, definisi-definisi pembuatan video iklan yang langsung berkaitan dengan ilmu pengetahuan dasar dan teknologi pada masalah yang diteliti. Pembahasan yang ada di bab tersebut menjelaskan teori konsep dasar multimedia, menampilkan teori tentang *animasi*, serta menjelaskan tentang software yang akan digunakan untuk mendukung pembuatan video iklan Jogja Adventure sebagai Media Informasi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan, mulai dari analisis masalah, analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan perancangan pada tahap pra-produksi pembuatan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana membuat video iklan animasi mulai dari tahap pra-produksi sampai pasca-produksi serta memaparkan hasil dan pengujian Video Iklan yang telah di buat pada Jogja Adventure sebagai Media Infomasi yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diperoleh dari proses pembuatan, perancangan video iklan serta dapat digunakan sebagai bahan peninjauan selanjutnya untuk penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber yang di jadikan sebagai referensi atau acuan pada pembuatan skripsi ini.