

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu cara untuk meningkatkan persaingan pada sebuah perusahaan adalah dengan menggunakan multimedia dalam menyampaikan informasi perusahaan kepada masyarakat luas. Multimedia memiliki peranan penting dalam persaingan perusahaan. Kelebihan multimedia adalah menarik indera dan menarik minat, karena merupakan gabungan dari banyak media seperti gambar, suara, dan text, sehingga dengan multimedia perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai perusahaan dengan baik.

Video iklan merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari multimedia. Video iklan yang disampaikan melalui media televisi, produk atau jasa dapat lebih mudah dikenalkan kepada masyarakat luas karena televisi dapat menjangkau wilayah yang luas dengan waktu singkat. Dalam video iklan, teknik *motion graphic* menjadi elemen penting yang harus ada. Elemen-elemen grafis yang dapat berupa teks atau image yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut.

Sikamali Tour and Travel sebagai perusahaan yang bergerak dalam jasa transportasi, tiketing dan ekspedisi yang mempunyai lembaga tour and travel sangat diuntungkan dengan adanya iklan ini karena salah satu jasa Sikamali Tour And Travel adalah pengiriman paket dan dokumen ke seluruh Indonesia. Namun saat ini

media penyampaian informasi tentang jasa yang ditawarkan Sikamali Tour and Travel masih sebatas pada media cetak berupa flyer.

Sedangkan menggunakan media flyer masih memiliki kekurangan, untuk menariknya di perlukan membaca dan atensi atau perhatian, karena tidak bersifat auditif dan visual dan memintakan pula kemampuan imajinasi pembaca untuk menikmati dan memahaminya dan membutuhkan proses penyusunan dan penyebaran yang komplek yang membutuhkan waktu yang relatif lama.

Melihat latar belakang diatas, mendorong penulis untuk membuat sebuah media promosi berupa video iklan televisi, Karna dengan menggunakan media televisi dapat menjangkau daerah yang luas dan waktu siarannya sudah tertentu, memiliki daya penyampaian dan pengaruh yang kuat karena dapat memberikan kombinasi antara suara dan gambar yang bergerak. agar memudahkan audiensnya memahami apa yang di iklankan, dan dapat membantu Sikamali Tour and Travel untuk menyampaikan informasi perusahaan dan membangun citra perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di tulis diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah "Bagaimana membuat iklan pada Sikamali Tour and Travel dengan Teknik *Motion Graphic*?" Bisa lebih menarik dan bisa di kenal oleh masyarakat luas

### 1.3 Batasan Masalah

Pembuatan sebuah iklan televisi sangat kompleks dengan melibatkan banyak elemen di dalamnya. Sehingga penulis menetapkan batasan-batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Penelitian ini dibuat dengan penerapan teknik *motion graphic*.
2. Video iklan ini berisi tentang jasa yang bergerak di bidang transportasi, tiketing dan ekspedisi oleh Sikamali Tour and Travel
3. Hasil implementasi akan berbentuk iklan televisi berdurasi 60 detik.
4. Menggunakan format *file* video .QuickTime dengan kualitas Full HD 1080p dengan resolusi 1920x1080p.
5. Penelitian ini akan dilakukan sampai uji coba iklan kepada pihak Sikamali Tour and Travel dan penayangan video iklan satu kali di televisi oleh pihak peneliti.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Memperkenalkan Sikamali Tour and Travel kepada masyarakat luas melalui video iklan.
2. Menarik *audience* agar membuka website Sikamali Tour and Travel sehingga *audience* mendapatkan lebih banyak informasi tentang Sikamali Tour and Travel.
3. Membuat video iklan untuk Sikamali Tour and travel sebagai media informasi mengenai pemesanan tiket bisa di lakukan secara online.

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat video iklan untuk Sikamali Tour and Travel menggunakan teknik *motion graphic*.

## 1.5 Metode Penelitian

### 1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut.

1. Metode Wawancara

Peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan direktur Sikamali Tour and Travel dan bagian-bagian terkait untuk mendapatkan data yang akurat.

2. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi pustaka yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku atau situs *website* terpercaya sebagai bahan referensi.

### 1.5.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT dalam penelitian ini.

### 1.5.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan animasi yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan televisi meliputi menentukan ide cerita, mengumpulkan data hingga pembuatan *storyboard*.

### 1.5.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan gambar hingga menganimasikan gambar. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap finishing berupa *rendering* dan *distributing*.

### 1.5.5 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan terutama di Sikamali Tour and Travel untuk mendapatkan persetujuan apakah sudah sesuai dengan apa yang diinginkan atau belum, jika sudah maka penulis akan menayangkan iklan tersebut ke televisi yang akan di siarkan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan secara sederhana yang terdiri dari.

## BAB I PENDAHULUAN

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

## BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan dalam proses perancangan dan pembuatan video iklan untuk Sikamali Tour and Travel menggunakan teknik *motion graphic* serta *software* yang digunakan.

## BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini membahas tentang analisis kelayakan iklan televisi yang dibuat serta menjelaskan tentang storyboard dan analisis pra produksi.

## BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang langkah produksi dan langkah paska produksi pada pembuatan video iklan untuk Sikamali Tour and Travel dengan menggunakan teknik *motion graphic*.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan jawaban yang menjadi pokok pembahasan dari rumusan masalah. Saran yang diberikan merupakan harapan untuk pengembangan serta penyempurnaan dari hasil penulis.