

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di tengah berkembang pesatnya era teknologi digital pada saat ini perusahaanpun membutuhkan media untuk menyampaikan informasi dan promosi kepada konsumen ataupun masyarakat luas salah satunya dengan multimedia sebagai salah satu media untuk menyampaikan informasi,multimedia merupakan gabungan dari banyak elemen seperti gambar,teks,suara,animasi,dan video sehingga informasi promosi yang disampaikan jadi lebih menarik,lebih mudah dikenal masyarakat luas karena maraknya promosi digital di berbagai media khususnya di media sosial serta meningkatkan citra positif perusahaan.

PT. Mama Teknologi Properti(Mamikos.com) adalah sebuah perusahaan yang mengembangkan aplikasi pencarian kos yang sudah bisa digunakan dan tersebar di beberapa kota besar di jawa,Mamikos.com sendiri selama ini hanya melakukan promosi melalui poster yang ada di social media mereka karena itu Mamikos.com membutuhkan sebuah media informasi video yang tentunya dapat mencakup masyarakat lebih luas dan lebih informatif untuk mempromosikan keunggulan dan kemudahan aplikasi ini karena belum banyak masyarakat yang mengerti dan mengetahui kemudahan dalam menggunakan aplikasi Mamikos.com ini khususnya untuk para pendatang mahasiswa atau pelajar yang masih bingung untuk mencari kamar kos yang sesuai dengan kebutuhan mereka dengan cara berkeliling kebeberapa wilayah yang kamar kos pun belum tentu sesuai dan

tersedia dengan menghabiskan banyak waktu, uang dan tenaga.

Video promosi menggunakan motion graphic merupakan video penggabungan dari Ilustrasi, Typografi, Fotografi, Videografi yang mana dapat menyajikan sebuah media promosi yang mudah dipahami dan informasi yang disampaikan lebih optimal, dengan memperkenalkan kepada masyarakat tentang keunggulan dan kemudahan Mamikos.com yang mana saat ini bisa memanfaatkan fitur ads diberbagai media social seperti facebook ads, instagram ads, Youtube dll. Semua itu dapat membuat video promosi Mamikos menjadi lebih luas.

Untuk membantu menyelesaikan permasalahan tersebut, penulis melihat adanya peluang untuk merancang suatu media informasi berupa video promosi tentang Kunggulan dan manfaat menggunakan Aplikasi Mamikos.com, maka judul dari penelitian ini adalah **"Perancangan dan Pembuatan Iklan pada Mamikos.com menggunakan Motion Graphic sebagai Media Promosi"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah : Bagaimana cara membuat video iklan untuk mempromosikan Mamikos.com agar membangun citra positif perusahaan menggunakan konsep motion graphic?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Hasil penelitian berupa video promosi menggunakan motion graphic untuk

PT.Mama Teknologi Propert(Mamikos.com)

2. Video promosi berisi persoalan,cara penggunaan aplikasi,manfaat,serta keunggulan Mamikos.com.
3. Pengujian pada video ini menggunakan kuisioner yang dibagikan untuk pemilik PT.Mama Teknologi Propert(Mamikos.com).
4. Video promosi ini akan ditayangkan hanya di youtube,dan beberapa media sosial Mamikos.com.

1.4 Maksud dan Tujuan Penellttian

Adapun maksud dan tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Strata 1 Program Studi Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta
2. Merancang dan membuat media promosi yang Informatif dan menarik berupa video iklan animasi untuk Mamikos.com agar kemudahan aplikasi ini bisa dimengerti,digunakan dan dirasakan manfaatnya di masyarakat secara luas
3. Mempromosikan dan membangun citra positif Mamikos di mata masyarakat.
4. Memperluas jaringan mamikos di beberapa kota lainnya.

1.5 Metode Penellttian

Adapun langkah – langkah dalam penyusunan laporan penelitian ini sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penelitian, diperlukan metode yang efektif. Sehingga dalam penyusunan skripsi menggunakan metode sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Yaitu metode yang di lakukan dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan Direktur atau manager Mamikos.com.

2. Metode Literatur

Metode penelitian dengan mencari referensi dengan memanfaatkan buku - buku , Jurnal serta memanfaatkan internet yaitu dengan mengunjungi situs - situs web yang berkaitan dengan skripsi yang di buat.

1.5.2 Metode Analisis

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

1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan menggunakan model Pra-Produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan sebelum produksi. Tahapan proses Pra-Porduksi adalah *screen writing* atau pencarian ide/gagasan, penentuan tema, pembuatan synopsis, pembuatan karakter, Membuat diagram Adegan (*Scene*) dan membuat *Storyboard*.

1.5.4 Metode Pengembangan

Proses pengembangan pada fase ini adalah proses produksi dan pasca produksi. Tahap produksi merupakan tahap implementasi dari tahap perancangan peneliti melakukan *Drawing* , *Coloring* , *Sound Editing* dan *Dubbing* dan Pasca Produksi melakukan *Editing* , Pemberian efek , Penggabungan audio dan video , *Rendering*.

1.5.5 Metode Testing

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode screening testing / kuisioner guna mengevaluasi apakah ada perbaikan atau tidak.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penyusunan laporan harus terstruktur dan mudah dimengerti, oleh karena itu penulis akan menyajikan lima bab dan masing- masing bab diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan pengantar terhadap masalah-masalah yang akan dibahas yang berisikan tentang latar belakang, batasan masalah, tujuan, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang pengertian Animasi , sejarah animasi, prinsip - prinsip animasi, periklanan, tahapan pembuatan iklan dengan motion graphic, penggunaan animasi dan analisis yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang perancangan iklan dengan motion graphic dimana berisikan analisis kelayakan iklan. Serta berisi hal-hal yang mengenai tahapan perancangan yang meliputi konsep, desain, storyboard dan pengumpulan bahan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan langkah produksi konsep serta perancangan dan pembahasan produksi iklan dari tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan serta saran yang dianggap perlu.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi mengenai referensi, baik buku maupun sumber internet yang digunakan dalam penelitian.