

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan sekarang ini semakin meningkat. Salah satu perkembangan dalam bidang multimedia, khususnya animasi. Animasi pada saat ini juga semakin berkembang pesat dan menjadi sebuah industri yang luar biasa. Animasi yang dulunya hanya digunakan sebagai media hiburan kini berkembang menjadi media yang lebih luas, salah satunya sebagai media bantu untuk promosi. Ini dibuktikan dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan besar yang mulai menerapkan animasi sebagai media promosi dan iklan.

Motion Graphic Animation adalah tipe animasi yang menampilkan tulisan dan grafik, misalnya penggunaan *running* teks dalam iklan atau logo *corporate* di *station ID* atau *company profile*. Jenis animasi ini juga digunakan dalam *opening* film atau acara di televisi. Secara umum, animasi berarti menghidupkan urutan *still image* atau teknik memfilmkan susunan gambar atau model untuk menciptakan rangkaian gerak ilusi. Jadi animasi itu dibentuk dari model-model yang dibuat secara grafis yang kemudian digerakan. Istilah lain untuk animasi adalah *motion graphic* (gambar gerak). Disebut dengan gambar bergerak karena dalam proses pembuatannya digunakan banyak gambar yang berurutan dan dimanipulasi sedemikian rupa tampak seolah-olah gambar tersebut dapat bergerak.

Dalam penelitian ini unsur multimedia memiliki peran yang sangat penting, yaitu sebagai sarana untuk menyampaikan informasi agar lebih menarik secara audio visual dan dikemas dalam bentuk animasi *motion graphic*. *Motion graphic* pada iklan yang akan dibuat di Visit Jogja Travel & Tourism digunakan untuk menjelaskan ilustrasi yang tidak bisa dilakukan secara *liveshoot* seperti cara booking, cara pembayaran dan cara pembatalan.

Visit Jogja Travel & Tourism merupakan sebuah perusahaan yang baru berdiri di tahun 2016 yang bergerak dibidang jasa penyediaan kendaraan dan driver, tiket wisata, hotel dan paket drop off untuk wisatawan yang berwisata di Yogyakarta maupun sekitarnya. Pada Visit Jogja Travel & Tourism, sangat membutuhkan suatu media promosi visual. Promosi yang dilakukan saat ini adalah promosi yang menggunakan brosur yang hanya dipajang meja respsionis Visit Jogja Travel & Tourism sehingga sasaran promosi kurang maksimal dan media promosi online menggunakan website akan lebih maksimal yang dipadukan dengan video visual karena link pada media online akan bertambah sehingga skala pasar jauh lebih luas, maka dari itu peneliti memilih judul "**Pembuatan Iklan animasi 2D pada Visit Jogja Travel & Tourism Untuk Media Promosi**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut "Bagaimana merancang iklan animasi 2 dimensi sebagai media promosi pada visit-jogja.com ?"

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Adapun materi yang diangkat pada materi iklannya adalah mengenai : Paket wisata, rental mobil dan pemesanan hotel yang di tawarkan oleh Visit-jogja.com.
2. Target berdurasi 60 detik.
3. Sasaran promosi ini untuk masyarakat yang membutuhkan sewa mobil khususnya luar daerah yogyakarta.
4. Target tayang perancangan iklan Animasi visit-jogja.com akan ditampilkan di media internet yang memanfaatkan situs web berbagi video (youtube).
5. Penguji iklan yaitu visit jogja dengan menggunakan kuisioner.
6. Penelitian ini berakhir sampai tahap penelitian selesai dan iklan akan diserahkan pada pihak visit-jogja.com.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk meneliti pembuatan *iklan animasi 2D Visit Jogja Travel & Tourism (visit-jogja.com)*. Tujuan dari pembuatan iklan ini adalah:

1. Membantu *Visit Jogja Travel & Tourism (visit-jogja.com)* dalam mengembangkan perusahaan khususnya dalam pemasaran dan promosi jasa.
2. Memudahkan masyarakat dalam menerima informasi yang disampaikan dengan interface yang lebih menarik dari sekedar membaca.
3. Sebagai syarat kelulusan dan menyandang gelar sarjana komputer Strata I jurusan Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

1.5.1 Metode pengumpulan data yaitu melalui sebagai berikut

1. Metode Pustaka

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengkajian beberapa sumber referensi tertulis, antara lain: buku-buku yang relevan dan sumber-sumber internet.

2. Metode Interview

Melalui metode ini penulis dapat memperoleh penjelasan dan pengarahannya secara langsung dengan pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah SWOT.

1.5.3 Metode Produksi yang dibutuhkan adalah sebagai berikut,

1. Pra produksi,
2. Produksi,
3. Pasca Produksi

1.5.4. Metode Evaluasi menggunakan metode skala likert.

Skala Likert merupakan skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pernyataan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu obyek tertentu.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan skripsi ini disusun dalam format sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan diuraikan mengenai sejarah perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, pengertian multimedia, pengertian iklan, pengertian 2 dimensi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis SWOT, analisis kebutuhan sistem, pra-produksi dan produksi dalam merancang *iklananimasi 2D* sebagai media promosi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas proses produksi dan pasca produksi *iklananimasi 2D* *Jogja Travel & Tourism (visit-jogja.com)*.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan dari skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh isi laporan.