

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

TOPPAS Swalayan di dirikan pada tahun 2002 oleh ibu Elviasari, S.E. yang merupakan warga Kalisat, Bulu. Tercetusnya ide mendirikan sebuah swalayan kecil ini dikarenakan pada saat itu warga belum familiar terhadap sebuah swalayan atau supermarket sehingga ini adalah peluang usaha yang menjanjikan. Menimbang bahwa kawasan Kalisat, Bulu adalah tempat strategis yang terletak dekat dengan salah satu Rumah Sakit terbesar di Kabupaten Temanggung, ibu Elviasari juga ingin membantu warga sekitar agar mudah dan praktis jika akan membeli kebutuhan pokok. TOPPAS Swalayan juga merupakan satu-satunya supermarket yang berada di sekitar Kalisat, Bulu.

Tetapi, beberapa tahun belakangan konsumen TOPPAS Swalayan menurun drastis dikarenakan adanya saingan bisnis swalayan terbaru dan juga kurangnya strategi pemasaran produk secara online ataupun lewat dunia maya yang sedang tren pada masa ini, sehingga penulis berinisiatif untuk membuat Iklan untuk TOPPAS Swalayan yang bertujuan sebagai usaha meningkatkan kembali tingkat pembelian konsumen di tempat ini.

Iklan adalah semua bentuk presentasi non personal dan promosi ide barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran. Iklan sebagai sarana informasi bagi konsumen selain untuk mengetahui semua jenis produk barang dan jasa yang ada di pasaran juga untuk

mengetahui produk konsumsi yang mereka butuhkan baik melalui media cetak maupun elektronik. Melalui iklan, pelaku usaha mencoba memancing dan membangkitkan minat (animo) konsumen untuk membeli produk (Kotler, Amstrong 2012).

Motion Graphics merupakan jenis teknik animasi 2D yang menggabungkan teks, grafik, warna, dan gerakan lalu diolah menggunakan software tertentu untuk membuat konten video atau iklan yang menarik secara visual. Teknologi ini merupakan salah satu pengembangan teknologi informasi yang dapat diterapkan dalam penyampaian informasi yang informatif, menarik dan mudah untuk diingat.

Berdasarkan paparan diatas, penulis berusaha untuk mencari solusi dari permasalahan diatas dengan cara membuat video iklan menggunakan 2D motion graphic yang berjudul "Perancangan Pembuatan Iklan TOPPAS Swalayan Bulu Menggunakan Motion Graphic".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah tersebut diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “Bagaimana Cara Menggunakan Teknik Animasi Untuk Menarik Perhatian Para Pembeli Dengan Produk Yang Tersedia Di TOPPAS Swalayan Dalam Sebuah Iklan?”

1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan tugas akhir ini tertata dengan baik, dan permasalahan yang dibahas tidak terlalu luas, maka peneliti menetapkan batasan-batasan masalah :

1. Menggunakan teknik Animasi 2D Motion Graphic.
2. Software yang digunakan antara lain: CorelDraw 2020, Adobe After Effect CC 2019, Adobe Premier Pro CC 2020, dan Samsung Recorder.
3. Informasi yang ditampilkan antara lain: Informasi mengenai TOPPAS swalayan, Alamat, Pemilik, dan Produk yang dijual.
4. Video maksimal berdurasi 1 menit.
5. Penelitian dilakukan sampai ke tahap upload video ke Instagram.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan peneftitan dan manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Meningkatkan skill untuk penulis saat pembuatan video animasi 2D motion graphic.
2. Sebagai penerapan dan pengembangan ilmu multimedia yang didapat selama perkuliahan di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

3. Sebagai alternatif baru untuk memberikan informasi ke khalayak umum mengenai adanya Swalayan TOPPAS dan berbagai macam produk yang dijualnya.

1.5 Metode Penulisan

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tersebut adalah :

1. Metode Observasi

Metode observasi dilakukan penulis untuk mendapatkan data dan informasi tentang TOPPAS Swalayan agar sesuai dengan iklan yang ditampilkan.

2. Metode Wawancara

Metode Wawancara dilakukan penulis kepada pemilik TOPPAS Swalayan untuk mengetahui produk yang diberikan, potensi yang dapat dikembangkan dan apa yang dapat di unggulkan dari TOPPAS Swalayan.

1.5.2 Metode Analisis

Penulis menggunakan analisis kebutuhan yang terdiri dari kebutuhan fungsional dan non – fungsional. Pada kebutuhan fungsional penulis menjelaskan tentang apa saja informasi yang dapat ditampilkan pada video iklan. Kebutuhan non – fungsional menjelaskan mengenai kebutuhan

perangkat keras serta perangkat lunak yang terlibat untuk pembuatan video iklan.

1.5.3 Metode Produksi

1. Pra Produksi

Pra Produksi adalah tahap dimana penulis menyusun konsep serta langkah apa yang harus dilakukan, menggali informasi dan mempelajari teknik produksi yang akan diterapkan dalam produksi pembuatan iklan.

2. Produksi

Proses Produksi adalah periode selama iklan diproduksi. Tahap ini sebagai implementasi dari konsep yang telah disusun dalam proses pra produksi.

3. Pasca Produksi

Proses Pasca Produksi adalah dimana semua kegiatan yang telah terjadi setelah iklan diproduksi secara nyata untuk komersial. Kegiatan pasca produksi meliputi editing, pemberian efek-efek pada video, pemberian efek suara, pencampuran video dan audio, kemudian produk siap untuk dipublikasikan.

1.6 Sistematika Penulisan

1.6.1 Bab I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

1.6.2 Bab II Landasan Teori

Pada bab ini menjelaskan teori – teori yang digunakan dalam merancang, analisis, data, dan proses produksi.

1.6.3 Bab III Analisis Dan Perancangan

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis permasalahan dan solusi yang dapat diterapkan.

1.6.4 Bab IV Implementasi Dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan bentuk pembahasan serta implementasi video iklan TOPPAS Swalayan.

1.6.5 Bab V Penutup

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran guna memperbaiki kekurangan yang terdapat pada video iklan TOPPAS Swalayan tersebut.