

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut Wahyudin, Sutikno, Isa (2010) perkembangan multimedia hingga saat ini sangatlah pesat. Dalam penyampaian informasi tidak hanya dilakukan melalui media kertas, banyak dari perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan media televisi dan internet seperti website atau media sosial sebagai tempat promosi guna meningkatkan usaha penjualannya [1]. Sebagaimana yang diketahui bersama bahwa dalam memasarkan suatu barang atau jasa memerlukan suatu promosi, salah satu sarana dari promosi yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan iklan.

Dalam penelitian Noor (2016) iklan merupakan salah satu bagian dalam pemasaran. Produk barang atau jasa, baik penamaannya, pengemasannya, penetapan harga serta proses distribusinya tercermin dalam kegiatan periklanan. Tanpa periklanan, berbagai produk tidak akan dapat mengalir secara lancar ke distributor atau penjual, apalagi ke tangan konsumen. Dalam sebuah iklan, dapat dimungkinkan juga menggunakan *motion graphic* [2].

*Motion graphic* adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Konteksnya adalah infografis yang didesain bergerak seperti yang ada pada media audio visual berupa film, video dan animasi komputer. Text ataupun tipografi dan grafis termasuk dalam *motion graphic* yang biasa dilihat dalam *titles* untuk film, *opening* program televisi, bumper dan elemen-elemen grafis yang muncul di layar kaca. Keunggulan dari

motion graphic adalah bisa memvisualisasikan apa yang tidak bisa divisualisasikan oleh teknik iklan lain seperti halnya pamflet, brosur maupun *liveshoot* sekalipun [3].

Penjoel Game merupakan perusahaan online yang bergerak pada bidang jasa dan penjualan. Dalam bidang penjualan, perusahaan menyediakan kebutuhan *game online* seperti *voucher game* dan *avatar game*, sedangkan dalam bidang jasa, perusahaan menerima penukaran pulsa menjadi uang. Dalam melakukan promosi, Penjoel Game menerapkan dua cara, cara yang pertama yakni melalui sosial media yang mana hanya berupa tulisan dan dirasa monoton seperti pada Gambar 1.1, sedangkan cara yang kedua yakni promosi secara verbal. Hal tersebut tentunya membatasi informasi terhadap produk atau pun jasa yang ditawarkan, harapannya dengan menggunakan media iklan sebagai alat untuk promosi barang dan jasanya akan lebih banyak diketahui masyarakat luas.



**Gambar 1.1 Promosi melalui Facebook**

Berdasarkan uraian diatas, mendasari penulis untuk membuat video iklan animasi Penjoel Game, serta melakukan penelitian yang berjudul “Analisa dan Pembuatan Iklan Pada Penjoel Game”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu, “*Bagaimana merancang dan membuat iklan Pada Penjoel Game?*”.

## 1.3 Batasan Masalah

Agar media promosi tepat sasaran dan sesuai dengan yang direncanakan, maka ruang lingkup dibatasi pada beberapa hal berikut ini:

1. Bentuk video iklan yang dibuat adalah menggunakan animasi *motion graphic* 2D.
2. Durasi video iklan adalah 59 detik.
3. Format video iklan .mp4.
4. Ditujukan pada masyarakat umum, khususnya penikmat *game*.
5. Sasaran media promosi adalah media sosial seperti instagram.
6. Perangkat lunak yang digunakan adalah Adobe After Effect CC 2015, Adobe Illustrator CC 2015, Adobe Photoshop CC 2015, Adobe Premier Pro CC 2015, Adobe Audition CC 2015.
7. Penelitian ini hanya dibuat sebatas membuat iklan sesuai dengan kebutuhan dari pihak Penjoel Game untuk kemudian diserahkan sebagai media promosi.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Strata I Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Menerapkan ilmu yang dipelajari di Universitas AMIKOM Yogyakarta dengan membuat iklan berbentuk video animasi sebagai sarana promosi pada Penjoel Game.
3. Memberikan sarana sebagai bahan promosi pada Penjoel Game berbentuk animasi *motion graphic* 2D.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis  
Menerapkan ilmu yang didapat selama di Universitas AMIKOM Yogyakarta pada bidang IT dan multimedia dengan menggunakan aplikasi Adobe After Effects, Adobe Illustrator, Adobe Audition, Adobe Premier.
2. Bagi Mahasiswa  
Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta dalam membuat iklan.
3. Bagi Perusahaan  
Dapat membantu Penjoel Game dalam menyebarkan informasi barang dan jasa yang berkaitan dengan kebutuhan *game online*.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang akurat, relevan dan terarah sesuai dengan persoalan yang ada, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu digunakan beberapa metode dalam pengumpulan data sebagai berikut [4]:

#### **1.6.1.1 Metode Observasi**

Metode ini menyelidiki gejala, fakta, secara nyata. Mengamati objek yang dijadikan bahan skripsi.

#### **1.6.1.2 Metode Wawancara**

Metode mengumpulkan data dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak Penjoel Game mengenai perusahaan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Metode analisis yang dipakai menggunakan analisis SWOT, analisis kebutuhan fungsional, dan kebutuhan non fungsional. Analisis SWOT didalamnya akan membahas tentang *Strengths* (kekuatan), *Weaknes* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Treaths* (ancaman) [5] dari video ini. Sedangkan analisis kebutuhan fungsional membahas tentang konten-konten yang tercantum dalam video iklan dan non fungsional membahas tentang kebutuhan *software*, *hardware*, dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan menggunakan model pra produksi, produksi dan pasca produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan. Adapun tahap perancangannya [6]:

#### 1.6.3.1 Pra Produksi

Tahapan proses pra produksi meliputi identifikasi masalah, pencarian ide, penentuan tema, pembuatan *Logline/plot* cerita serta membuat naskah dan *Storyboard*.

#### 1.6.3.2 Produksi

Tahapan proses produksi meliputi kegiatan menggambar atau pembuatan karakter/ model, kemudian pewarna model dan lingkungan, pemilihan *setting* dan *background*, pengisi suara, *sound editing*, *compositing* dan *editing*.

#### 1.6.3.3 Pasca Produksi

Sedangkan dalam tahapan proses pasca produksi meliputi kegiatan *rendering* dengan menggabungkan beberapa aset yang telah dibuat menjadi suatu video dengan ekstensi *.mp4* serta dilakukan evaluasi, dengan cara meminta pendapat dengan pihak-pihak yang terkait dengan iklan tersebut.

### 1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan yang dilakukan tahap kedua dan ketiga pembuatan video yaitu tahap produksi dan pasca produksi. Beberapa langkah produksi yaitu diawali dengan pembuatan gambar, pewarnaan (*coloring*) dan dilanjutkan dengan penganimasian gambar. Kemudian pada tahap akhir pra produksi dilakukan

*recording* suara, pemberian *sound* hingga tahap *finishing* berupa hasil *rendering* [7].

#### **1.6.5 Metode Testing dan Implementasi**

Tahap ini bertujuan untuk melakukan pengujian hasil video yang dibuat serta kesesuaian konsep. Pengujian dilakukan dengan meminta komentar dan saran tentang aplikasi yang dibuat kepada pihak Penjoéal Game.

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

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

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang masalah-masalah yang akan dibahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka yang digunakan berkaitan dengan animasi serta beberapa landasan teori yang berkaitan dengan konsep dasar animasi, konsep dasar iklan, konsep dasar motion graphic, tahap pembuatan animasi dan standar video.

##### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan pada Penjoéal Game.

**BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang tahap selanjutnya dari perancangan iklan pada Penjoel Game yaitu produksi hingga pasca produksi.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**