

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah animasi dapat membuat setiap cerita atau konten lebih menarik, menawan serta menjadi konsep sederhana dan melipatgandakan dampaknya. Animasi menjadi trend 2018 untuk mempromosikan bisnis [1]. Video pemasaran animasi dapat dilakukan untuk meningkatkan strategi pemasaran bisnis atau konten, yang berfokus untuk mengembangkan video penjelasan terbaik pada penggunaan dengan cara yang cepat dan efektif. Video animasi juga dapat menjelaskan gagasan atau konsep yang kompleks sehingga dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh pengguna [2]. Melalui video dan animasi, cerita, produk, konten dan layanan dapat disampaikan dengan cara yang menarik sekaligus menawan bagi khalayak sasaraannya.

*Motion graphic* atau grafik gerak adalah elemen desain grafis animasi yang menjadi trend di dunia *marketing* saat ini. Video *motion graphic* menggunakan kombinasi gambar animasi, teks, ilustrasi, data dan audio untuk menyajikan informasi dengan cara yang menghibur. Video *motion graphic* sering digunakan untuk menjelaskan secara mudah konsep, gagasan, ide dan proses dalam waktu singkat. Video *motion graphic* juga sangat mudah untuk membangun atau memperkuat *branding* suatu perusahaan [3].

Terdapat tiga masalah besar di Indonesia diantaranya kesehatan, pendidikan serta tingkat pengangguran yang tinggi. Dalam bidang kesehatan khususnya dalam

dunia terapi berdasarkan data dari Survei Sosial Ekonomi Nasional Badan Pusat Statistik tahun 2016 terdapat sekitar 334.867 pasien yang belum tertangani [4]. Hal ini disebabkan karena jumlah terapis, khususnya terapi wicara, okupasi terapi dan fisio terapi yang belum merata. Sedangkan kebutuhan terapis di Indonesia sangatlah banyak. Mulai dari anak berkebutuhan khusus (1.6 juta anak) , penderita stroke (>2.1 juta jiwa), pasca kecelakaan (79.515 jiwa) serta penderita gangguan jiwa (>1.4 juta jiwa) [5].

Terapis pedia adalah salah satu startup di Yogyakarta yang berfokus dalam bidang kesehatan, berdiri sejak awal 2017 berlokasi di jalan Alpokat No. 55 Leles, Condongcatur, Depok, Sleman. Terapis pedia juga merupakan sebuah aplikasi atau wadah dimana dapat mempertemukan atau memudahkan masyarakat yang membutuhkan terapi (anak berkebutuhan khusus, penderita stroke, pasca kecelakaan serta penderita gangguan jiwa) dengan para terapis (terapi wicara, okupasi terapi serta fisio terapi) dan terhubung dengan klinik-klinik yang menyediakan jasa terapis. Terapis pedia masih terbilang sebuah startup baru dan belum dikenal oleh masyarakat luas. Media promosi terapis pedia berupa poster yang hanya dibagikan di media sosial seperti *facebook* yang mempunyai jumlah teman 508 pada akun *profile* dan *likers* sebanyak 349 , pada akun *instagram* jumlah *followers* sebanyak 426. Sehingga terapis pedia belum terpublikasi dengan baik dan penyampaian informasi yang kurang optimal.

Informasi merupakan hal yang sangat penting di era globalisasi saat ini, setiap orang mengharapkan informasi dapat diperoleh dengan mudah, cepat dan akurat.

Begitu pula adanya kebutuhan informasi terhadap instansi atau organisasi. Dalam hal penyampaian informasi dibutuhkan metode yang informatif untuk menarik dan memudahkan orang lain dalam menyerap informasi. Metode yang sering digunakan untuk menyampaikan informasi yang lengkap dan informatif adalah dengan menggunakan video. Karena video dapat melibatkan 2 alat panca indera yaitu, indera penglihatan dan pendengaran [6].

Dengan adanya media informasi menggunakan video dengan teknik *motion graphic* maka proses penyampaian suatu informasi akan lebih mudah untuk di pahami. Teknik *motion graphic* ini diterapkan untuk dapat memberikan penjelasan tentang terapis pedia. Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk membuat video animasi terapis pedia menggunakan teknik *motion graphic* sebagai sarana mengoptimalkan publikasi pada startup terapis pedia dengan judul “ **Desain dan Implementasi Animasi Sebagai Media Promosi pada Startup Terapis Pedia Menggunakan Teknik *Motion Graphic*.**”

## 1.2 Rumusan Masalah

Setelah mengkaji latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut "Bagaimana Pembuatan Animasi Sebagai Media Promosi pada Terapis Pedia Menggunakan Teknik *Motion Graphics* ?".

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Video berdurasi yang ditampilkan adalah 1 menit 45 detik.
2. Video yang dibuat dalam bentuk 2D animasi.
3. Menggunakan teknik *motion graphic*.
4. Informasi yang disampaikan mencakup pengenalan terapis pedia.
5. *Software editing* menggunakan Adobe Premiere CS6, Adobe After Effect CS6, Adobe Illustrator CS6, Adobe Audition CS6, dan Corel Draw X5.
6. Dikemas dengan menggunakan format .mp4 dan resolusi HD 1920 x 1080 *pixels*.
7. Peneliti hanya sebatas membuat sesuai dengan kebutuhan pihak Startup Terapis pedia.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Maksud dari penelitian ini adalah membuat video animasi 2D sebagai sarana publikasi pada terapis pedia.
2. Menerapkan teknik *motion graphic* video animasi 2D sebagai media informasi atau promosi pada terapis pedia.

#### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

1. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang video animasi 2D dengan teknik *motion graphic*.
2. Membantu Startup terapis pedia dalam mengoptimalkan publikasi.
3. Sebagai salah satu syarat wajib untuk meraih gelar S1 yang ditempuh di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai proses memperkenalkan suatu produk dari perusahaan kepada konsumen melalui suatu media. Untuk mencapai tujuan dari sebuah usaha :

### **1.5.1 Bagi Penulls**

1. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya yang menyangkut animasi.
2. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program SI Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

### **1.5.2 Bagi Terapis Pedfa**

1. Memperkenalkan aplikasi terapis pedia kepada masyarakat luas.
2. Menginformasikan hal-hal seputar perusahaan kepada masyarakat luas.
3. Dapat mengoptimalkan media publikasi dan promosi.

### **1.5.3 Bagi Masyarakat Umum**

1. Memberikan informasi kepada masyarkat dan terapis tentang aplikasi terapis pedia.
2. Membantu masyarakat umum yang membutuhkan terapis.

### **1.5.4 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta**

1. Dokumentasi karya ilmiah dalam bentuk Skripsi, dibidang Multimedia.
2. Referensi bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan karya ilmiah Skripsi.

## **1.6 Metode Penelitian**

Penelitian dirumuskan sebagai sebuah pencarian pengetahuan atau penyelidikan sistematis untuk menyusun fakta-fakta. Suatu penelitian terapan bertujuan menemukan, menafsirkan dan mengembangkan metode-metode dan

sistem-sistem untuk memajukan ilmu pengetahuan manusia tentang keanekaragaman dunia ilmiah [7].

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah berbagai cara yang digunakan untuk mengumpulkan data, menghimpun, mengambil atau menjangkau data penelitian [7].

Adapun pengumpulan data sebagai berikut :

#### 1. Metode Observasi

Kegiatan observasi video-video *motion graphic* dilakukan dengan tujuan

memperoleh referensi yang akan bermanfaat dalam penelitian. Metode ini dilakukan pada bulan Januari di *Resource Center* Amikom Yogyakarta.

#### 2. Metode Wawancara

Metode ini digunakan untuk tanya jawab dengan pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai terapis pedia dan permasalahan yang akan diteliti. Metode ini dilakukan pada bulan November – Desember 2017 di tempat startup terapis pedia dengan *founder* terapis pedia yaitu Rahayu Dewi Kurnianingsih.

#### 3. *Study Literatur*

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui media internet,

jurnal, maupun skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan

untuk merancang video animasi. Metode ini dilakukan pada bulan February di *Resource Center* Amikom Yogyakarta.

#### 4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang mana dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen yang terkait, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik.

##### 1.6.2 Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT yaitu *Strength, Weakness, Oppertunities dan Threats*.

##### 1.6.3 Metode Perancangan

Terdapat 3 tahapan dalam memproduksi system multimedia komersial diantaranya pra produksi, produkdi dan pasca produksi [8]. Peneliti menggunakan tahapan pertama untuk perancangan video animasi *motion graphic* 2D pada terapis pedia.

##### 1.6.3.1 Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap dimana pembuat iklan mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum iklan diproduksi secara nyata. Pertama-tama yang harus dipikirkan pada tahap pra produksi ialah mempelajari pembuatan ide cerita, merancang konsep, merancang naskah, pembuatan karakter dan merancang *storyboard*.

##### 1.6.4 Metode Testing

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap video animasi *motion graphic* 2D pada terapis pedia yang telah dibuat. Pengujian menggunakan skala likert



dengan cara kuisioner yang di berikan kepada masyarakat umum, terapis dan objek penelitian.

### **1.6.5 Metode Pengembangan**

Pada metode pengembangan penulis melakukan tahapan produksi yang selanjutnya adalah tahap pasca produksi.

#### **1.6.5.1 Produksi**

Tahap produksi adalah periode selama iklan diproduksi secara komersial. Tahap ini meliputi beberapa kegiatan diantaranya *Visualisasi*, *Dubbing* dan *Editing* yang sudah di tentukan di proses perencanaan sebelumnya.

#### **1.6.5.2 Pasca Produksi**

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana semua pekerjaan atau aktivitas yang terjadi setelah iklan diproduksi secara nyata. Tahap ini meliputi *Compositing* dan *Rendering*.

### **1.7 Implementasi**

Pada tahap ini penerapan video *motion graphic* terapis pedia pada media social.

### **1.8 Evaluasi**

Proses menilai sesuatu yang didasarkan pada kriteria atau tujuan yang telah ditetapkan. Pada tahapan evaluasi ini peneliti menyebar kuisioner pada masyarakat, terapis, akademisi dan staff terapis pedia guna untuk mengetahui kelayakan pada video *motion graphic*.

## 1.9 Sistematika Penulisan

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II           LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literature review yang berhubungan dengan penelitian.

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

Pada bab ini membahas tentang analisis kelayakan iklan 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 yang akan dibuat.

### **BAB V           PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari permasalahan yang diangkat yang merupakan hasil dari penelitian Skripsi ini.