

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak akhir 1970-an, *design* grafis telah berkembang dari penerbitan yang bersifat statis hingga menjadi praktik yang menggabungkan berbagai teknologi komunikasi termasuk film, animasi, media interaktif, dan *design* lingkungan. Saat ini *motion graphic* telah menjadi bagian utama dari lanskap visual kontemporer kita dengan teknologi interaktif yang menggabungkan TV, internet, dan lingkungan yang mendalam (Jon Krasner, 2008). *Motion graphic* dapat dicapai dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti 2D/3D, animasi, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik (Machda.F *et al.*, 2010).

V-Lens Multimedia bergerak di bidang *fashion*, yaitu pembuatan *design* dan percetakan kaos (*clothing*). V-Lens Multimedia didirikan pada tanggal 15 Juli 2014, yang berlokasi di Jalan Kapulogo Nelogaten No.247B RT.07 RW.02 Yogyakarta. V-Lens Multimedia baru melakukan promosi dasar dengan pengenalan produk dari mulut ke mulut, dan media sosial seperti *facebook*. V-Lens Multimedia belum memiliki iklan video yang informatif dalam memperkenalkan V-Lens Multimedia, sehingga belum banyak masyarakat yang mengetahui tentang V-Lens Multimedia. V-Lens Multimedia berkeinginan untuk membuat sebuah iklan berbasis video yang menarik dan informatif yang dapat menginformasikan V-Lens Multimedia kepada masyarakat dan dapat meningkatkan produktivitas melalui iklan tersebut. Video dengan menggunakan

animasi *motion graphic* dipilih karena dirasa lebih cocok dalam memvisualisasikan tentang V-Lens Multimedia.

Berdasarkan kebutuhan akan sarana promosi untuk V-lens Multimedia, dengan video iklan animasi *motion graphic* ini dapat menjadi media promosi yang dapat memberi informasi tentang V-Lens Multimedia kepada konsumen dan memberikan informasi mengenai pemesanan produk yang dimiliki oleh V-Lens Multimedia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka secara garis besar rumusan masalah yang akan diselesaikan adalah, bagaimana cara membuat sebuah video animasi *motion graphic* sebagai media promosi bagi V-Lens Multimedia?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan media promosi (iklan) dengan animasi *motion graphic* dibuat batasan masalah untuk memberi batasan yang jelas pada tiap prosesnya, agar pembahasan topik ini lebih spesifik, akurat dan tidak menyimpang. Batasan batasan tersebut yaitu :

1. Penelitian dilakukan pada V-Lens Multimedia Yogyakarta.
2. Pembuatan iklan menggunakan animasi *motion graphic*.
3. Tahapan pembuatan objek animasi *motion graphic*.
4. Animasi yang dibuat merupakan animasi 2 dimensi dengan durasi kerang lebih 65 detik.
5. Penelitian hanya dilakukan sampai tahap uji coba pada pihak V-Lens Multimedia Yogyakarta.

6. Penelitian hanya membahas tentang bagaimana cara membuat video animasi *motion graphic* pada V-Lens Multimedia

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini berisi tentang :

1. Membuat iklan dengan menggunakan animasi *motion graphic*.
2. Menuangkan ide-ide dalam pembuatan iklan dengan animasi *motion graphic*.

Tujuan dari penelitian ini berisi tentang :

1. Mengenalkan V-Lens Multimedia Yogyakarta kepada masyarakat.
2. Membuat iklan dengan animasi *motion graphic* untuk V-Lens Multimedia sebagai media promosi.
3. Mengembangkan dan mengoptimalkan pembuatan video animasi dengan animasi *motion graphic*.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah :

1.5.1 Metode pengumpulan data

2. Metode Wawancara

Pada metode ini dilakukan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung kepada pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang akurat.

3. Metode Observasi

Pada metode ini dilakukan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap V-Lens Multimedia.

1. Metode studi pustaka

Pengumpulan data melalui buku,-buku, literatur, dan sumber referensi yang lain yang mendukung skripsi ini.

1.5.2 Metode Analisis

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kebutuhan fungsional yang berisi informasi tentang proses-proses apa saja yang dilakukan dalam pembuatan media promosi dalam penelitian ini. Dan kebutuhan non-fungsional yang berisi tentang *hardware* (perangkat keras) dan *software* (perangkat lunak) yang digunakan, serta kebutuhan *brainware* (Sumber Daya Manusia).

1.5.3 Metode perancangan

Merupakan tahapan awal dalam pembuatan iklan animasi *motion graphic*. Pada tahap ini dilakukan persiapan yang dilakukan dalam pembuatan iklan, meliputi pembuatan naskah, hingga pembuatan *storyboard*.

1.5.4 Metode pengembangan

Pada tahap ini berisi tentang produksi dan pasca produksi. Pada tahap produksi dilakukan pengimplementasian pada tahap produksi berupa pembuatan gambar (pengumpulan aset) hingga penganimasian gambar. kemudian pada tahap pasca produksi dilakukan pemberian *sound* hingga proses *rendering*.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai isi dari skripsi ini, maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori menjelaskan tentang teori-teori yang di gunakan dalam penelitian.

BAB III ANALISIS dan PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil V-Lens Multimedia, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Di dalamnya menjelaskan tentang pembuatan iklan animasi *motion graphic* pada V-Lens Multimedia Yogyakarta dan hasil pengujian terhadap iklan yang dibuat.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA