

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah komunitas tentu selalu menginginkan visi dan misinya dapat diterima dan diterapkan masyarakat luas. Agar tujuannya sampai ke masyarakat, maka diperlukan informasi yang jelas melalui teknologi multimedia yaitu media periklanan. Iklan yang ditayangkan melalui televisi merupakan bentuk media periklanan yang digunakan produsen untuk mengkomunikasikan informasi yang dapat menjangkau penonton dalam jumlah besar. Oleh karena itu iklan melalui media televisi dapat berpengaruh besar dalam meningkatkan citra serta perkembangan suatu perusahaan ataupun komunitas.

"AyoBerbagi" merupakan sebuah komunitas yang bergerak dibidang sosial non profit. Komunitas ini dapat menampung bantuan berupa barang, pakaian, makanan, buku dan uang. Komunitas ini mempunyai tujuan membantu orang-orang yang kekurangan dan menyalurkan bantuan dari para dermawan agar tepat sasaran. Namun sayangnya, belum banyak masyarakat yang mengetahui adanya *Komunitas AyoBerbagi*. Jadi mayoritas donatur masih berasal dari keluarga dan rekan anggota komunitas saja, sehingga bantuan yang diterima dan disalurkan masih kurang maksimal

Oleh karena itu penulis bermaksud membuat media promosi *Komunitas AyoBerbagi Yogyakarta* dengan membuat iklan motion graphic melalui media televisi agar dapat menarik dan mengajak lebih banyak masyarakat untuk berbagi.

Dikarenakan banyak masyarakat yang belum mengenal dan mengetahui adanya komunitas AyoBerbagi.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melihat dari latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut. Bagaimana membuat iklan dengan teknik motion graphic pada *Komunitas AyoBerbagi* Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan iklan sebagai berikut:

1. Iklan ini dibuat untuk *Komunitas AyoBerbagi* Yogyakarta sebagai media promosi dalam bentuk video dengan durasi 30 detik.
2. Menggunakan format video .mp4
3. Menggunakan teknik *motion graphic*.
4. Iklan berisi kemudahan penggunaan aplikasi mobile AyoBerbagi dan ajakan untuk bersedekah.
5. Software utama yang digunakan Adobe after Effect.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat kelulusan pada tingkat sarjana jurusan Teknik Informatika.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Tujuan untuk penulis

Dapat merancang iklan pada *Komunitas AyoBerbagi* Yogyakarta dengan teknik *motion graphic*.

2. Tujuan untuk masyarakat umum

Bagi masyarakat umum yang ingin membuat iklan *motion graphic* dapat mengetahui langkah-langkah dalam pembuatannya.

3. Tujuan untuk *Komunitas AyoBerbagi* Yogyakarta

Membantu *Komunitas AyoBerbagi* Yogyakarta membuat iklan dalam bentuk video menggunakan teknik *motion graphic*.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data Penelitian

Agar menunjang pencarian fakta dan pengumpulan data guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan kasus ini, diperlukan pemahaman bagaimana iklan tersebut nantinya dapat dijalankan. Untuk mengetahui bagaimana iklan tersebut berjalan, diperlukan beberapa metode untuk memperoleh data yang

akurat dan menghasilkan video iklan yang lebih baik. Metode-metode tersebut antara lain :

1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berkepentingan yang merupakan narasumber untuk mendapatkan informasi.

2. Observasi

Observasi adalah metode yang digunakan penulis dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan pengolahan data ditempat penelitian.

3. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan membaca buku untuk mendapatkan bahan tambahan yang bersifat teoritis dan *relevan* yang dapat menunjang laporan yang berkaitan dengan topik yang diambil serta pemecahan yang ada.

4. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari data-data arsip yang telah ada yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi.

1.5.2 Anallsis

Dalam metode ini, penulis mengadakan pemeriksaan kebenaran data. Penulis juga membandingkan kekurangan dan kelebihan cara promosi lama dengan cara promosi yang baru. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis

SWOT yang meliputi : strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang), dan threat (ancaman).

1.5.3 Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah persiapan sebelum produksi, seperti mengumpulkan data merencanakan konsep atau ide cerita selanjutnya membuat dan mempelajari naskah, storyboard dan menganalisa produksi yang akan diterapkan dalam produksi iklan. Teknik produksi ini menggunakan motion graphic.

1.5.4 Pengembangan

Metode pengembangan dengan melakukan langkah-langkah Produksi yang didalamnya terdapat proses pembuatan desain, pembuatan animasi dan pembuatan voice over. Tahap Pasca produksi, didalamnya dilakukan editing, memeriksa hasil sementara setelah editing, kemudian jika hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan rendering untuk melakukan packaging hasil akhir dalam format video yang diinginkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi pada dasarnya untuk memudahkan pengertian tentang isi skripsi secara garis besar. Adapun penulisan tersebut dibagi dalam 5 bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan dan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan perancangan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang digunakan oleh penulis sebagai dasar penelitian dan gambaran tentang perangkat lunak yang akan digunakan oleh penulis dalam menyusun iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Dalam bab ini berisikan gambaran tentang *Komunitas AyoBerbagi* Yogyakarta yang meliputi visi dan misi, analisis yang digunakan yaitu SWOT, sistem yang akan dibangun meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan *storyboard*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjabarkan langkah-langkah pembuatan video mulai dari pembuatan aset, editing, rendering sampai tahap akhir.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan, saran dari penelitian dan kelebihan dan kelemahan iklan.