

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi khususnya teknologi dibidang multimedia dewasa ini telah berkembang pesat dengan berbagai macam media, pemanfaatan animasi pada video terkadang memberikan daya tarik tersendiri, terutama pada layanan iklan televisi, agar iklan sampai ke konsumen maka diperlukan media informasi yang jelas. Kejelasan informasi pada segmen pasar terhadap produk yang diiklankan akan menghasilkan tanggapan positif dari konsumen yang akan memberikan keuntungan bagi produsen. Contoh perkembangan tersebut mudah ditemui, misalnya penggunaan teknologi multimedia dalam pembuatan video iklan animasi dengan *motion graphic*.

Pengertian *motion graphic* untuk menggerakkan *still images* sehingga objek terlihat tidak membosankan, namun terlihat dinamis dan menarik. Terdapat dua metode dalam teknik ini, yakni dengan menggerakkan gambar, atau menggabungkan sequen gambar-gambar yang memiliki kontinuitas sehingga terlihat bergerak. Dalam pembuatannya, *motion graphic* adalah elemen yang penting untuk membuat penonton tidak merasa bosan. Seperti yang kita ketahui, di Indonesia sekarang ini tidak sedikit perusahaan yang menggunakan sarana video iklan animasi dengan *motion graphic* sebagai media promosi atau cara menyampaikan informasi kepada masyarakat umum.

Video iklan animasi dengan *motion graphic* adalah bagian dari bauran promosi dan bauran promosi adalah bagian dari bauran pemasaran. Jadi secara

sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media.

Melihat banyaknya minat masyarakat untuk melakukan perjalanan keluar Kota Yogyakarta ataupun masyarakat yang dari luar kota ingin menikmati Kota Yogyakarta, untuk melakukan perjalanan tersebut tentunya membutuhkan kendaraan yang nyaman dan muat untuk anggota keluarga ataupun teman yaitu sebuah mobil, untuk memenuhinya tentu tidak harus membeli namun dapat menyewa melalui jasa persewaan mobil.

CV Kio Satria Kencana yang hadir pada tahun 2015 di Yogyakarta pada tahun awalnya sebagai salah satu pelayan jasa pariwisata dengan nama Satria Tour & Travel, namun mulai mengembangkan usaha dengan menyediakan jasa persewaan transportasi dengan nama Kencana Transport. Jenis transportasi yang disewakan antara lain adalah bus, mikrobus, dan semua jenis mobil kapasitas kecil. Dalam perkembangannya Kencana Transport belum memiliki video iklan animasi dengan *motion graphic* untuk mempromosikan jasa persewaan transportasi mereka, sehingga belum memuat informasi secara lengkap yang terbatas pada info brosur saja. Dengan adanya video iklan animasi dengan *motion graphic* ini diharapkan penyebaran informasi tentang Kencana Transport dalam mengembangkan usaha persewaan transportasi lebih maju dan dikenal masyarakat.

Dengan masalah tersebut, maka penulis akan mengangkat sebuah judul **“Pembuatan Video Iklan Animasi Kencana Transport Yogyakarta dengan Motion Graphic”** dengan adanya video iklan animasi ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat dan dapat memperluas pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana membuat video iklan animasi kencana transport yogyakarta dengan *motion graphic*?

1.3 Batasan Masalah

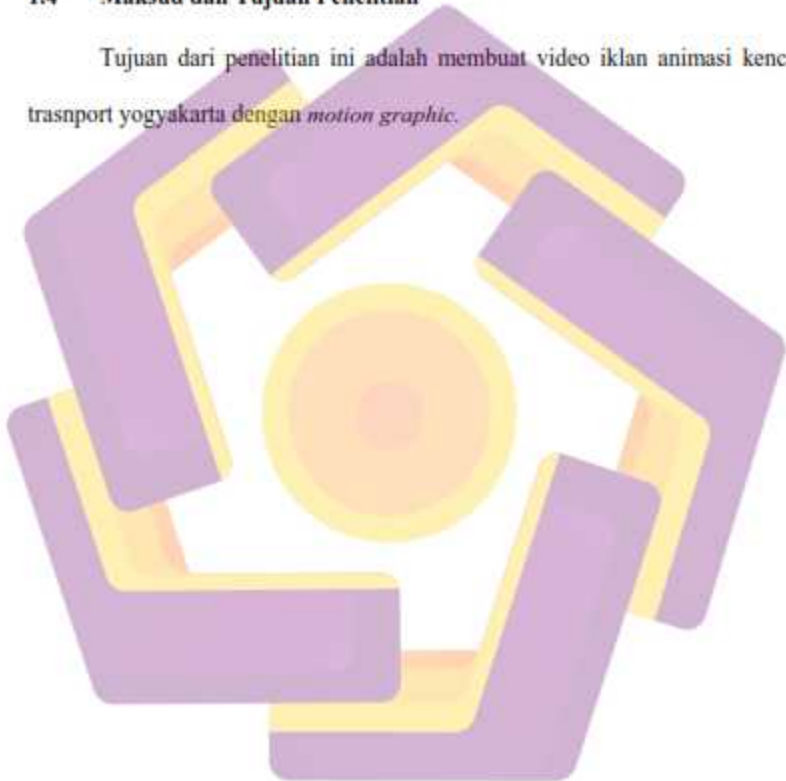
Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tahapan pembuatan objek animasi *motion graphic* dengan menggunakan *CorelDRAW X7*
2. Tahapan pemisahan layer objek animasi *motion graphic* dengan menggunakan *Adobe Illustrator CS6*
3. Tahapan animasi *frame by frame* dan komposisi dengan menggunakan *Adobe After Effect CS6*
4. Tahapan editing penambahan efek suara setiap komposisi dan *renderring final* dengan menggunakan *Adobe Premiere Pro CS6*
5. Hasil implementasi akan berbentuk iklan video animasi 2D berdurasi 30 detik
6. Video iklan animasi 2D ini ditujukan untuk Kencana Transport Yogyakarta dibawah naungan CV Kio Satria Kencana
7. Video iklan animasi 2D ini berisi penjelasan kelebihan Kencana Transport dibandingkan tempat lain dan syarat untuk melakukan sewa mobil

8. Hasil akhir video iklan animasi dengan *motion graphic* ini menggunakan format file .mp4 dengan kualitas Full HD 1080p dengan resolusi 1920x1080p

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat video iklan animasi kencana transportasi yogyakarta dengan *motion graphic*.



1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis
 - a. Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Sistem Informasi
2. Bagi Perusahaan
 - a. Memperkenalkan jasa persewaan mobil Kencana Transport melalui video iklan animasi
 - b. Menarik *audience* agar melihat jasa persewaan mobil yang ditawarkan melalui video iklan animasi
3. Bagi Konsumen dan Masyarakat
 - a. Mengetahui secara jelas tentang jasa persewaan mobil Kencana Transport

1.6 Metode Penelitian

Penulis memperoleh data pada penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung atau peninjauan secara cermat ke kantor Kencana Transport

Yogyakarta oleh penulis untuk memperoleh berbagai data secara tepat dan akurat.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya langsung kepada manajemen Kencana Transport Yogyakarta. Pertanyaan diberikan oleh penulis dan dijawab oleh pihak manajemen setelah itu dari jawaban tersebut dijadikan rangkuman oleh penulis.

1.6.1.3 Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari informasi-informasi melalui berbagai buku, literatur, catatan, laporan, serta fasilitas internet dengan sumber yang akurat yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan. Selain buku cetak yang menjadi referensi utama, ada juga buiku elektronik atau e-book yang dapat dijadikan acuan dalam metode ini.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode yang digunakan penulis untuk merancang dilakukan bertahap mulai dari praproduksi, produksi, lalu pasca produksi. Pada tahap praproduksi dilakukan persiapan-persiapan yang dibutuhkan untuk kelancaran proses pembuatan video iklan animasi meliputi pengumpulan data, mengkonsep iklan, pembuatan naskah, hingga pembuatan *storyboard*.

Pada tahap produksi dilakukan eksekusi dari berbagai macam persiapan yang sudah disiapkan pada tahap praproduksi, eksekusi meliputi proses menggambar objek video iklan animasi, membuat animasi setiap komposisi video iklan animasi, dan editing suara setiap komposisi video iklan animasi. Pada tahap pasca produksi dilakukan editing menggabungkan semua komposisi video iklan animasi menjadi satu dan *renderring* hasil penggabungan semua komposisi video iklan animasi.

1.6.3 Metode *Testing*

Penulis melakukan uji coba terhadap hasil berupa video iklan animasi dengan menayangkannya didepan manajemen Kencana Transport Yogyakarta dan setelah disetujui oleh pihak manajemen selanjutnya akan ditayangkan di salah satu stasiun TV swasta lokal di Yogyakarta.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka dan masalah mengenai video, iklan, dan animasi sebagai media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menguraikan profil singkat perusahaan Kencana Transport Yogyakarta di bawah naungan CV Kio Satria Kencana, dan pembahasan mengenai analisis serta perancangan video iklan yang mencakup tahap pra produksi antara lain ide cerita, naskah, storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tahap produksi video iklan animasi ini dibuat dari tahap pembuatan bahan objek gambar dan menganimasikan gambar. Serta proses pascaproduksi yang meliputi tahap compositing dan rendering hingga menjadi satu file video iklan animasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang bersifat membangun yang dapat digunakan sebagai bahan peninjauan selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber atau buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi ini.