

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media. Sarana multimedia sebagai alat komunikasi mempunyai peranan penting dalam menginformasikan sesuatu pada masyarakat. Pemanfaatan animasi dalam video iklan mempunyai daya tarik tersendiri. Video iklan terdapat lima unsur multimedia yaitu video, gambar, teks, animasi dan suara. Dalam pembuatan iklan terdapat teknik yang dapat digunakan yaitu *motion graphic*.

*motion graphic* adalah sebuah teknik digital yang mengkombinasikan gambar, kata-kata suara kedalam bentuk video. Dia kemudian melanjutkan bahwa *motion graphic* menggabungkan animasi, dan desain grafis pada film. Dengan menggabungkan berbagai elemen kreatif yang berbeda seperti tipografi, gambar ilustrasi, bentuk, dan logo kedalam sebuah video. Lalu, mereka dianimasikan dan digerakkan sehingga menceritakan sebuah cerita.[5]

Klinik PKU Muhammadiyah Pakem adalah pusat pelayanan kesehatan masyarakat. Berdiri sejak 1 november tahun 1999 dan telah diresmikan pada tahun 2000. Dari beberapa pelayanan kesehatan klinik akan menambah sebuah layanan untuk mengembangkan klinik yaitu perawatan bayi (*baby spa*). *Baby spa* adalah perawatan yang dirancang untuk memberikan stimulasi positif pada bayi. Pada media promosi yang dibuat oleh klinik PKU Muhammadiyah Pakem berupa brosur/

*leaflet* dinilai kurang efektif sebagai media promosi dikarenakan media tersebut hanya tertempel di papan informasi. Dari hasil pengamatan peneliti mengusulkan untuk membuat media informasi dengan menggunakan *motion graphic*, cara penyampaian yang menarik tidak hanya dengan gambar atau tulisan saja melainkan dengan video serta suara, sehingga masyarakat lebih tertarik untuk melihatnya. Maka dalam kesempatan ini peneliti mengambil topik dengan judul “Pembuatan Video Iklan dengan Teknik *Motion Graphic* pada *Baby* spa Klinik PKU Muhammadiyah Pakem” .

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “bagaimana cara membuat video iklan untuk *baby* spa klinik PKU Muhammadiyah Pakem dengan menggunakan teknik *motion graphic*? ”.

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar penulisan penelitian ini lebih terarah, maka penulis memberikan sebuah batasan masalah dalam penelitian agar hal ini tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai yaitu:

- a. Video ini dibuat hanya dengan *adobe after effects* dan *adobe premiere pro*
- b. Video iklan tidak lebih dari 60 detik dan kemudian diimplementasikan ke sosial media
- c. Video dengan format H.264

- d. Video iklan Klinik PKU Muhammadiyah Pakem akan diterapkan pada sosial media facebook dan instagram Klinik PKU Muhammadiyah Pakem.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan penelttian**

Adapun tujuan dalam penelitian adalah :

- a. untuk mengetahui bagaimana cara membuat video iklan untuk *baby spa* klinik PKU Muhammadiyah Pakem dengan menggunakan teknik *motion graphic*
- b. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program strata 1 informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
- c. Menambah wawasan dan pengetahuan di bidang multimedia, serta dapat menambah pengalaman tentang pengolahan data serta pengembangan profesi sehingga diharapkan nantinya dapat bersaing di industri multimedia

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Bagi Penulls**

Setelah melakukan penelitian diharapkan penulis memiliki cukup pengetahuan dan pengalaman terkait perancangan dan pembuatan video iklan.

##### **1.5.2 Bagi Objek Penelttian**

Sebagai media promosi untuk mengenalkan jasa *baby spa* Klinik PKU Muhammadiyah Pakem kepada masyarakat.

### **1.5.3 Metode Penelitian**

Metode atau teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam pembuatan video iklan *baby spa* PKU Muhammadiyah Pakem adalah :

## **1.6 Metode Pengumpulan Data**

### **1.6.1 Metode Observasi**

Pengamatan secara langsung orang atau situasi terhadap objek yang diteliti meliputi kegiatan serta perilaku yang ada di dalam lingkup objek penelitian.

### **1.6.2 Metode Wawancara**

Metode pengumpulan data dilakukan dengan tatap muka secara langsung dan tanya jawab kepada pihak Klinik PKU Muhammadiyah Pakem untuk mendapatkan data secara akurat.

### **1.6.3 Metode Analisis Data**

Dalam analisis data penulis menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana.

### **1.6.4 Metode Pengembang Sistem**

Perancangan iklan menggunakan standar produksi yang didalamnya berupa:

- a. pra produksi
- b. produksi
- c. pasca produksi

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dapat dipaparkan secara singkat untuk mempermudah memahami dan membahas penelitian ini, penyajian penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan tentang uraian tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Menguraikan tinjauan pustaka dan landasan teori yang digunakan dalam pembuatan video iklan dengan teknik *motion graphic*, yaitu memaparkan pengertian multimedia, unsur - unsur dalam multimedia, pengertian animasi, konsep dasar video.

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

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis video yang akan dibuat, serta perancangan storyboard dan timeline yang akan dilaksanakan.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Membahas proses tahapan produksi dan pasca produksi video iklan yang dirancang dan dilanjutkan dengan memaparkan hasil video iklan.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan - kesimpulan dari pembuatan video iklan serta saran untuk perbaikan video iklan tersebut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

