

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Periklanan merupakan penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk menginformasikan tentang produk berupa ide, barang, jasa ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat. Pembuatan iklan di perusahaan kecil sering ditangani oleh orang di departemen pemasaran atau penjualan yang bekerja sama dengan biro iklan, sedangkan perusahaan besar sering membentuk departemen periklanannya sendiri.

Multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan gambar video. Dalam multimedia, animasi merupakan penggunaan komputer untuk menciptakan gerak pada layar. Pembuatan animasi terbilang sangat rumit dan memakan waktu pembuatan yang lama, khususnya animasi kartun 2d. Hal tersebut dikarenakan penggambaran dilakukan secara *frame by frame* atau membuat gambar satu per satu dengan menggunakan prinsip animasi. Animasi 2d digital konvensional dengan *rigging* mengalami kendala di adegan berputar, sehingga dengan menggunakan metode *frame by frame* menjadi lebih efektif dalam membuat adegan animasi berputar. Kelebihan lainnya dari metode *frame by frame* adalah dapat mengedit gambar yang ada di dalam setiap *frame* sesuai dengan keinginan pembuat sehingga lebih bebas dalam mengkreasiannya dengan

catatan harus dalam urutan yang berkesinambungan. Dengan animasi 2D juga dapat membuat benda-benda mati menjadi terlihat hidup.

Dalam hal pengiklanan atau pemasaran, Trakomindo Selular masih jarang melakukan promosi. Selain dari mulut ke mulut, Trakomindo Selular hanya melakukan pengenalan profile singkat melalui salah satu konten media majalah yang dibuat pihak mall. Penyampaian pesan hanya menggunakan media teks dan gambar. Dengan dua media itu saja penyampaian pesan pada media promosi tersebut kurang begitu efektif dibandingkan dengan media yang mengandung suara dan animasi didalamnya. Dengan menggunakan iklan animasi 2d dapat mengilustrasikan suatu informasi dari objek tersebut, yaitu teknisi profesional, garansi ganti barang baru, pengadaan barang yang selalu update, produk barang bermutu, gratis aplikasi, gratis konsultasi gadget, gratis aksesoris setiap pembelian gadget dan harga bersahabat. Suatu informasi yang tidak bisa dilakukan dengan live shoot dapat dilakukan di animasi 2d, seperti halnya mengilustrasikan sesuatu yang tidak berwujud nyata dapat tervisualisasikan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis mengusulkan media pengiklanan animasi kartun 2d. Karena dengan media pengiklanan animasi kartun 2d *frame by frame* dapat menggabungkan media teks, gambar, suara, dan animasi di dalamnya serta bisa menerapkan prinsip animasi. Serta dapat menyampaikan beberapa keunggulan dari Trakomindo Selular yang berupa jasa yang tidak berbentuk benda, sehingga dapat tergambarkan dengan animasi 2d ini. Suatu informasi yang tidak mempunyai bentuk fisik inilah yang akan diangkat di iklan

animasi 2d kali ini. Hal tersebut yang menjadikan iklan animasi kartun 2d berbeda dengan iklan live shot.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalahnya adalah :

*“Bagaimana pembuatan iklan animasi kartun 2d pada Trakomindo Selular Plaza Ambarukmo dengan metode *frame by frame*?”*

## 1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan lebih terfokus dan tidak meluas, maka penulisan skripsi dibatasi pada beberapa hal, yaitu

1. Target durasi pada iklan maksimal 60 detik.
2. Metode yang digunakan *Frame by Frame*.
3. Materi yang diangkat dari objek : pengadaan barang yang selalu update, teknisi profesional, garansi ganti barang, produk bermutu, harga bersahabat, gratis aplikasi, gratis aksesoris setiap pembelian gadget, gratis konsultasi gadget dan teknisi profesional.
4. Target materi pengujian : aspek informasi yang ditampilkan dan aspek animasi produk iklan.
5. Target penguji produk : Pemilik Trakomindo Selular dan komunitas Multimedia Amikom.
6. Tahapan penelitian diakhiri sampai tahap produk diserahkan kepada pemilik.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini, adalah :

1. Membuat iklan animasi kartun 2 dimensi yang dapat membantu pihak objek dalam hal media promosi.
2. Meningkatkan kreatifitas dalam menghasilkan desain karakter yang menarik dan sebagai portofolio penulis sebelum memasuki dunia kerja.
3. Sebagai salah satu syarat agar dapat menyelesaikan jenjang pendidikan Strata-1 di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
4. Menerapkan ilmu teori maupun praktek yang di dapat setelah mengikuti dan menghadiri perkuliahan di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta, khususnya pada mata kuliah perancangan film kartun.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap agar dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat mencapai beberapa hal, antara lain :

1. Dapat menambah konsumen bagi tempat penelitian yang penulis angkat.
2. Penyusunan skripsi ini juga bisa menjadi refrensi bagi penyusun skripsi selanjutnya.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang akan digunakan adalah :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pada bab ini diuraikan mengenai metode pengumpulan data yang dilakukan dalam pembuatan iklan animasi 2d pada Trakomindo Selular. Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Metode Wawancara

Dengan metode ini penulis dapat mengetahui informasi dengan melakukan proses tanya jawab kepada pihak toko untuk mengetahui konten apa saja yang akan di masukkan dalam iklan.

#### 2. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan mengadakan penelitian dan tinjauan langsung terhadap permasalahan yang diambil. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan beberapa data dari jasa yang disediakan oleh sumber.

#### 3. Study Pustaka / Literatur

Teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan berbagai teori dasar dan teori – teori yang mendukung dari berbagai sumber, seperti karya ilmiah dan beberapa bacaan yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang dibahas.

### 1.6.2 Anallsis

Metode analisis yang digunakan SWOT dan analisis pengujian skala likert.

### 1.6.3 Perancangan



Pada tahap ini menggambarkan bagaimana iklan 2d dibentuk sehingga iklan dapat sesuai dengan kebutuhan Trakomindo Selular Plaza Ambarukmo. Di dalam perancangan iklan animasi 2d terdapat tahapan-tahapan.

#### **1.6.3.1. Pra Produksi**

1. Membuat ide kreatif
2. Membuat standart karakter
3. Merancang *storyboard*
4. Merancang *background*
5. Merancang suara

#### **1.6.3.2. Produksi**

1. Pembuatan *Key Frame*
2. *Animating*
3. *Coloring*

#### **1.6.3.3. Pasca Produksi**

1. *Compositing*
2. *Editing*
3. *Render*
4. Penyerahan

#### **1.6.4 Evaluasi**

Evaluasi produk ditujukan kepada pemilik Trakomindo Selular dan pembuat animasi. Evaluasi tersebut digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap hasil produk iklan yang telah dibuat.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dan penyusunan skripsi terdapat lima bab dengan rincian sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan pembahasan dan uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi ini.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab dua ini lebih bersifat teoritis, yaitu membahas teori – teori yang berhubungan dengan perancangan iklan animasi dan berbagai konsep – konsep dasar yang berkaitan dengan animasi.

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

Pada bab ini membahas tentang analisa dari iklan animasi dan perancangan iklan animasi 2d.

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

Pada bab ini akan membahas tentang pengimplementasian iklan 2d dan membahas hasil dari tahapan – tahapan penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisi beberapa kesimpulan yang didapat dari keseluruhan pembuatan iklan dan kritik serta saran membangun agar berguna bagi

penulis sendiri ataupun penulis lain yang akan dan berminat menjadikan skripsi ini sebagai referensinya.

