

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat cepat pada masa sekarang ini membuat para pelaku usaha atau pembisnis berbondong-bondong memanfaatkan dalam menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa yang mereka sediakan. Terlebih lagi di bidang teknologi informasi berbasis multimedia, salah satunya iklan animasi 2D menggunakan teknik *motion graphic*. Menurut William J. Stanton (2012.154), promosi adalah unsur bauran pemasaran perusahaan yang didaya gunakan untuk memberitahukan, membujuk dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Begitu juga dengan perkembangan *motion graphic* yang begitu pesat, seiring dengan banyaknya software *motion graphic* yang menawarkan kemudahan dan keistimewaan. *Motion graphic* adalah suatu kumpulan gambar-gambar yang dianimasikan. Saul Bass adalah orang pertama yang mencoba mengkomunikasikan pesan melalui permainan grafik di awal film. Dengan pendekatan-pendekatan simbolis, film yang dibuat bisa menyampaikan esensi dan representasi seluruh film. Walaupun menggunakan *motion graphic* bisa menyampaikan informasi dengan lengkap tanpa adanya *live shoot*, video yang dihasilkan akan terlihat *monoton*, karena hanya berupa animasi 2D. Akan tetapi dengan penggabungan antara *motion graphic* dengan *live shoot* maka akan memperkuat dan memperjelas serta memberi informasi alur cerita dan maksud dari video tersebut.

Pabrik Pengecoran Logam Wahyu Pradana Klaten adalah sebuah pabrik yang berada di klaten dan bergerak dibidang pengecoran logam. Pabrik ini sama seperti penyedia jasa sehingga produk yang dibuat mengikuti pesanan dari konsumen. Pabrik ini melayani pemesanan pembuatan alat-alat yang terbuat dari logam dan pembuatanya dengan cara di cor. Mekanisme pemesanan pabrik ini tergolong cukup rumit sehingga ilustrasi pemesanan dan pembuatanya

membutuhkan ilustrasi gerak maka dari itu dalam pembuatan video iklan penulis menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot*. Cara tersebut belum bisa mengilustrasikan informasi dengan maksimal karena dalam media cetak hanya memuat unsur gambar atau teks sehingga target konsumen mengetahui informasi yang hanya bisa diilustrasikan dalam bentuk gambar saja, sedangkan media penyiaran radio hanya menyampaikan informasi melalui suara sehingga target konsumen mengetahui informasi yang hanya bisa diilustrasikan dalam bentuk suara saja.

Untuk menyelesaikan masalah ini perlu dibuat sebuah iklan berupa video *live shoot* yang didalamnya juga menggunakan animasi *motion graphic* untuk memaksimalkan informasi dan produk apa saja yang bisa dibuat di pabrik pengecoran logam wahyu pradana klaten. Video sendiri mempunyai keunggulan yang mana pada sebuah pemasaran dapat mencakup 5 unsur multimedia sekaligus, yaitu : video, teks, gambar, animasi, dan suara yang tidak bisa disampaikan lewat media cetak maupun radio.

Berdasarkan hal diatas, penulis tertarik untuk membantu Pabrik Pengecoran Logam Wahyu Pradana membuat sebuah video iklan menggunakan tekni *motion graphic* dan *live shoot* sebagai promosi produknya dan menyajikan informasi-informasi penting pabrik dalam skripsi yang berjudul: **"Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Produk Pabrik Pengecoran Logam Wahyu Pradana Klaten Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan secara singkat diatas, maka rumusan masalah yang akan diselesaikan adalah *"Bagaimana merancang dan membuat video iklan pada pabrik pengecoran logam wahyu pradana menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*".*

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup kedalam lingkup lebih kecil:

1. Menampilkan informasi mengenai proses pengecoran, profil perusahaan dan cara pemesanan Pabrik Pengecoran Logam Wahyu Pradana Klaten.
2. Kegiatan penelitian dilakukan di Pabrik Pengecoran Logam Wahyu Pradana klaten.
3. Tahap penelitian sampai pada penyerahan video iklan *live shoot* dan *motion graphic* ini kepada pabrik pengecoran logam wahyu pradana klaten.
4. Peneliti menawarkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* yang digunakan dan untuk memproduksi serta ikut dalam mendistribusikannya.
5. Sasaran penayangan media promosi pada media online.
6. Penulis hanya menguji kelayakan tayang, informasi yang disajikan, kelebihan dan kekurangan dari media yang lama dengan solusi media yang baru.
7. Pengujian dilakukan oleh pemilik pabrik, karyawan dan beberapa kalangan masyarakat menggunakan kuisioner.
8. Pembahasannya hanya pada tahap pasca produksi saja yang mengulas tentang penerapan dan pengerjaan teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Sebagai syarat kelulusan dan mempunyai gelar sarjana komputer di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

2. Merancang dan membuat video iklan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
3. Membantu Pabrik Pengecoran Logam Wahyu Pradana agar mempunyai suatu video iklan tentang perusahaan mereka, sehingga dapat mempermudah pabrik untuk promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini bagi Pabrik Pengecoran Logam Wahyu Pradana adalah untuk mempromosikan produk atau jasa lebih mudah, sehingga diharapkan produk atau jasa dari pabrik pengecoran logam wahyu pradana bisa dikenal masyarakat lebih luas dan dapat meningkatkan penjualan.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab dengan pemilik Pabrik Pengecoran Logam Wahyu Pradana.

1.6.1.2 Metodi Observasi

Melakukan pengamatan langsung di lokasi produksi Pabrik Pengecoran Logam Wahyu Pradana.

1.6.1.3 Metode Perpustakaan

Metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan data dari buku, karya tulis, artikel dan referensi lainnya untuk mendapatkan dasar – dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Analisis SWOT akan membahas tentang kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threat*) dari video iklan ini. Dalam analisis kebutuhan non fungsional membahas kebutuhan *software*, *hardware*, dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada metode perancangan terdapat model pra produksi. Tahap ini merupakan tahap pertama untuk membuat video iklan ini. Dilanjutkan mengumpulkan data-data kemudian membuat ide cerita, naskah dan storyboard dalam video iklan ini.

1.6.4 Metode Pengembangan

Adalah menggunakan metode pengembangan multimedia yang terdiri dari tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi. Tahap pra produksi meliputi pembuatan ide, naskah, storyboard, dan disain karakter. Tahap produksi meliputi pembuatan Aset-Aset berupa gambar *Motion Graphic* maupun *Live Shoot*, *Dubbing*, dan *Music*. Tahap pasca produksi meliputi kegiatan *compositing*,

editing, dan rendering. Metode pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi pustaka.

1.6.5 Evaluasi

Setelah proses produksi maka penulis melakukan kegiatan Evaluasi terhadap hasil video. Proses evaluasi dilakukan untuk menilai apakah video tersebut sudah layak tayang, sesuai dengan informasi yang ada dan sesuai dengan target yang ditentukan pada tahap analisa. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *skala likert*. Uji ini dilakukan kepada pemilik pabrik, karyawan dan kalangan masyarakat.

1.7 Sistematika Penulisan

Secara garis besar penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan perincian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang bersifat teoritis dan membahas teori – teori yang berhubungan dengan pembuatan video menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisikan analisis yang digunakan dan penjelasan tahap pra produksi.

BAB IV: IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang perancangan dan pembuatan video iklan sebagai media promosi Pabrik Pengecoran Logam Wahyu Pradana dan juga hasil dari pembuatan media promosi tersebut.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA