

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Periklanan merupakan salah satu cara untuk membujuk masyarakat lewat media massa dengan tujuan mempromosikan produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan. Perusahaan sangat memerlukan media periklanan (*advertising*) yang digunakannya untuk keperluan tertentu. *Advertising* yang baik adalah *advertising* yang mempengaruhi sasaran tertentu dan memberikan dampak positif untuk perusahaan tersebut. *Advertising* memiliki berbagai cara, mulai dari media cetak maupun media elektronik contohnya poster, video, koran, majalah, dan lain sebagainya. [1]

Studio Kenyang yang merupakan sebuah studio yang bergerak pada bidang jasa pembuatan *game*, *website*, dan animasi yang berlokasi di kota Manado, mengedepankan pelayanan istimewa dan memberikan kualitas terbaik kepada pelanggan dengan dukungan sistem dan tim yang profesional. Namun, dewasa ini Studio Kenyang yang terbilang masih baru, dalam bidang periklanannya masih sangat kurang karena hanya menggunakan media promosi perorangan. Apalagi ditambah dengan ketidaktahuan pelanggan akan keberadaan Studio Kenyang di kota Manado, sehingga banyak pelanggan yang lebih memilih membayar jasa hingga keluar daerah atau pulau.

*Kinetic typography* adalah kombinasi dari tipografi dan gerak (*motion*) atau biasa juga disebut sebagai *typographic animation*. Tidak seperti bentuk hasil cetak yang statis, *kinetic typography* menggunakan gerak untuk mengungkapkan gestur dengan cara yang sama efektifnya dengan citra visual. Sebagai medium, *kinetic typography* merupakan suatu karya multidisiplin karena dapat mengintegrasikan teknologi, tipografi, gerak, desain grafis, musik, dan narasi teks [2]

Sementara itu, *parallax animation* mengacu pada perubahan posisi objek ketika dilihat melalui dua sudut pandang yang berbeda. Hal ini diukur dengan *semi-angle* atau sudut kemiringan antara garis penglihatan. Sebuah benda yang lebih dekat memiliki paralaks yang lebih besar dibandingkan dengan salah satu yang jauh bila dilihat dari dua posisi yang berbeda. [3]

Untuk menyelesaikan masalah tersebut, penulis memilih untuk menggunakan iklan media elektronik yakni sebuah video iklan, agar dapat menjangkau audiens lebih luas dengan daya tarik maksimal. Dikarenakan masyarakat kini lebih intens di media sosial, sekaligus dapat memperluas daya promosi ke seluruh penjuru di kota Manado.

Digunakannya video iklan ini agar meminimalisir dana jika dibandingkan menggunakan iklan media cetak yang banyak mengeluarkan dana serta jangkauan yang sempit. Iklan dalam bentuk sebuah video juga dari segi layout atau penyajian akan sangat bagus karena dukungan teknologi bertujuan memudahkan pesan tersebut cepat sampai dan diterima khalayak ramai tanpa tertunda jarak.

Dari latar belakang diatas, maka penulis mencoba untuk mengimplementasikan permasalahan tersebut dengan melakukan sebuah penelitian dengan judul "*Implementasi Teknik Parallax dan Kinetic Typography Dalam Pembuatan Iklan Motion Graphic Pada Studio Kenyang*" yang diharapkan dapat memperluas promosi dari Studio Kenyang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan kajian latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan dibahas yaitu "*Bagaimana cara memproduksi video iklan motion graphic dengan implementasi teknik parallax dan kinetic typography untuk mempromosikan jasa Studio Kenyang ke masyarakat di kota Manado?*"

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar perancangan atau penelitian tidak menyimpang dari rumusan masalah yang diajukan, maka diberikan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Hasil implementasi dari teknik *motion graphic* ini akan berbentuk sebuah iklan yang berdurasi  $\pm$  2 Menit.
2. Implementasi teknik *motion graphic* yang digunakan adalah *Parallax Animation* dan *Kinetic Typography*.
3. Sasaran media promosi pada media sosial dan platform Youtube.
4. Ditujukan terutama kepada masyarakat kota Manado.
5. Penelitian ini hanya sebatas membuat video sesuai dengan kebutuhan pihak Studio Kenyang, kemudian diserahkan untuk dijadikan bahan promosi.

6. Software yang digunakan adalah *Adobe Illustrator CC 2017*, *Adobe After Effect CC 2017*, *Adobe Media Encoder 2017 CC 2017*, dan *Adobe Premiere Pro CC 2017*.
7. Hasil video dikemas dengan format file mp4 dengan kualitas full HD 1080p resolusi 1920x1080p.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk memproduksi video iklan animasi *motion graphic* dengan judul "*Implementasi Teknik Parallax dan Kinetic Typography Dalam Pembuatan Iklan Motion Graphic Pada Studio Kenyang*".

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari judul penelitian yang dibuat penulis mengharapkan beberapa manfaat yang bisa didapat yaitu:

1. Bagi Mahasiswa

Melatih mahasiswa dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang telah didapat selama mengenyam pendidikan di kampus Universitas Amikom Yogyakarta untuk bersaing sehat dalam dunia kerja.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah sumbangsih pengetahuan untuk sumber referensi.

### 3. Bagi Masyarakat

Memperudahkan masyarakat kota Manado dalam mendapatkan informasi jasa Studio Kenyang melalui video iklan promosi.

### 4. Bagi Objek Penelitian

Memperkenalkan jasa Studio Kenyang ke masyarakat di kota Manado melalui media iklan untuk memperluas daya tarik pelanggan.

## 1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi penyusunan skripsi adalah metode deskriptif.

Menurut Nazir (1988: 63) dalam Buku Contoh Metode Penelitian, metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. [3]

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### a. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab secara virtual kepada pimpinan Studio Kenyang, Ever Jayadi S.Kom. pada Oktober 2021, yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu untuk mencari data tentang Studio Kenyang dengan tujuan memperoleh data yang lengkap dan aktual sebagai bahan untuk analisis penelitian.

### **b. Metode Pustaka**

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. Pada Oktober 2021.

### **c. Metode Kuesioner**

Kuesioner adalah daftar pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden untuk mendapatkan data dari para responden untuk penelitian ini. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat/direkam.

#### **1.6.2 Metode Analisis SWOT**

Metode analisis yang diterapkan yaitu menggunakan analisis SWOT dan analisis kebutuhan non fungsional. Dalam analisis SWOT akan membahas kebutuhan *Software*, *Hardware*, dan *Brainware* yang digunakan dalam penelitian tentang *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman) dari iklan ini.

#### **1.6.3 Metode Perancangan**

Metode perancangan sangat esensial terhadap pra produksi. Hal yang pertama dilakukan adalah membuat konsep atau gagasan, dilanjutkan dengan mencari data yang dibutuhkan, kemudian menentukan tema dan pembuatan *storyboard*. Dalam tahap ini juga membahas tentang desain karakter dan *asset* pendukung lainnya.

#### 1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan merupakan tahap di mana memproduksi rancangan yang telah dibuat. Di mana ini meliputi proses pembuatan desain karakter dan *aset* yang mengacu pada *storyboard* beserta naskah yang telah dibuat. Selanjutnya akan dilakukan *material collecting*, *compositing*, *animating*, *sound editing* dan *rendering* hingga rampung menjadi sebuah file video.

#### 1.6.5 Metode Evaluasi

Metode evaluasi adalah tahap di mana animasi *motion graphic* yang telah dibuat dilakukan pengujian untuk menentukan kualitas serta memperoleh data yang akan digunakan sebagai bahan revisi produk. Evaluasi yang dilakukan adalah dengan membandingkan hasil akhir penilaian responden terhadap iklan yang dibuat dengan apa yang seharusnya dicapai.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah memahami isi dalam penulisan skripsi ini, maka sistematika penulisan akan diuraikan sesederhana mungkin yang terdiri dari 5 bab, seperti yang dapat dilihat di bawah ini.

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I akan membahas tentang kerangka penelitian penulis yang meliputi rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan skripsi.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab II membahas tentang landasan atau dasar-dasar teori yang digunakan dalam penyusunan skripsi dan literatur review dari buku dan internet. Yang nantinya akan digunakan penulis sebagai bahan acuan dalam pembuatan animasi *motion graphic*.

**BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab III berisi tentang uraian bagaimana merancang video animasi *motion graphic* dengan judul "*Implementasi Teknik Parallax dan Kinetic Typography Dalam Pembuatan Iklan Motion Graphic Pada Studio Kenyang*" sebagai media promosi kepada masyarakat di kota Manado.

**BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV membahas mengenai metode pembuatan *motion graphic*, tahap pembuatan, teknik yang diimplementasikan, teknologi yang digunakan, dan hasil dari animasi tersebut.

**BAB V PENUTUP**

Pada bab V berisi kesimpulan mengenai keseluruhan dari isi penelitian dan saran perbaikan serta pengembangan untuk menambah kesempurnaan penulisan yang telah dibuat.