

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan berita pesanan untuk mendorong, membujuk masyarakat agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan, pemberitahuan kepada masyarakat mengenai barang dan jasa yang dijual, dipasang dimedia massa seperti koran dan majalah, atau di tempat-tempat umum. [1]

Multimedia mempunyai peranan penting dalam penyebaran informasi. Kelebihan multimedia adalah dapat menarik mata dan keinginan. Karena merupakan gabungan dari banyaknya media berupa gambar, suara dan tulisan, sehingga dengan multimedia dapat menyampaikan informasi dengan baik.

Dengan memanfaatkan teknologi komputer, peneliti menerapkan pembuatan media promosi berupa *Iklan 2D* menggunakan *Animasi Motion Graphic* dengan tahap-tahap tersebut sebagai laporan skripsi yang berjudul “Pembuatan *Iklan Animasi 2D* Dengan Penerapan Teknik *Motion Graphic* Untuk Rumah Produksi Keko Sebagai Media Promosi”.

Keko merupakan ruang kreasi yang didirikan pertama kali oleh Tino, Adit, dan Okky Herwin. Berdiri di Klaten dengan nama Keko Kreasi. Berawal dari keinginan Tino untuk membuat desain dan dikreasikan menjadi papercraft bersama Adit. *Papercraft* itu kemudian dijual di *Car Free Day* Klaten setiap minggu pagi. Tino yang setiap hari bertemu dengan Okky kemudian mencoba mengkreasikan karya model *pop up frame*.

Oleh karena itu mereka butuh media promosi untuk menunjang karya mereka tersebut, dengan adanya *iklan* di instagram tentunya mereka akan lebih dapat banyak untuk menarik pelanggan. Apalagi jika menggunakan animasi dengan teknik *MOTION GRAPHIC*, teknik yang sekiranya sedang berkembang di dunia maya.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti mengambil rumusan masalah pada studi ini adalah "Bagaimana membuat *Iklan* 2D sebagai media promosi dengan *Animasi Motion graphic* yang menarik agar dapat menarik minat penonton".

1.3 Batasan Masalah

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

1. Pembuatan *Iklan* 2D ini menggunakan software *Adobe After Effect CS 6*.
2. Menggunakan *format file video* .mp4 kualitas HD 720p.
3. Proses pembuatan *Iklan* 2D mengikuti alur pra produksi, produksi dan paska produksi.
4. Publikasi *Iklan* 2D dengan animasi *Motion Graphic* akan ditayangkan pada media sosial *Instagram*.
5. Durasi *Iklan* 1 menit (durasi maskimal mengunggah video di *instagram*).

1.4 Maksud

Maksud dalam penelitian ini adalah untuk syarat kelulusan Strata I Jurusan Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Tujuan

Adapun tujuan laporan skripsi ini adalah untuk :

1. Menerapkan *Animasi Motion graphic* pada *Video 2D* “Pembuatan *Iklan Animasi 2D* Dengan Penerapan Teknik *Motion Graphic* Untuk Rumah Produksi Keko Sebagai Media Promosi”.
2. Memanfaatkan pertumbuhan teknologi multimedia dan komputer.
3. Memahami proses pembuatan *Video 2D* “Pembuatan *Iklan Animasi 2D* Dengan Penerapan Teknik *Motion Graphic* Untuk Rumah Produksi Keko Sebagai Media Promosi” dengan menggunakan software *Adobe After Effects CS 6*.
4. Bagi peneliti dapat membuat *Iklan 2D* untuk Rumah Produksi KEKO adalah kehormatan bagi peneliti untuk mendapatkan relasi dalam dunia bisnis dalam bidang desain grafis.
5. Mempelajari teknik apa saja yang dapat di gunakan dalam pembuatan *Iklan 2D*.
6. Bagi peneliti sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata 1 Informatika pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Dalam pembuatan skripsi metode penelitian yang digunakan dalam perancangan animasi ini yaitu metode pengumpulan data kualitatif dengan mencari referensi atau menganalisis dokumen-dokumen apa saja yang ingin di tampilkan obyek dalam pembuatan *Iklan* tersebut.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan sesuai dengan tujuan, maka dalam perancangan animasi perlu adanya data yang benar, lengkap serta akurat. Untuk itu perlu dilakukan beberapa teknik dalam pengumpulan data agar tercapai tujuan tersebut sebagai berikut :

1. Studi Pustaka

Pengumpulan data atau informasi yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi dari buku-buku yang terkait dengan pembuatan *Iklan Animasi*, referensi buku yang berkaitan dengan judul penelitian dan juga pendidikan Strata 1 di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

2. Pengamatan

Mendapatkan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap *Iklan Animasi* yang sedang populer, mencoba *tutorial* atau panduan dalam rancangan *Iklan* yang diperoleh dari berbagai sumber.

1.6.2 Metode Analisis

Bedasarkan hasil pengamatan, maka peneliti menggunakan metode analisis SWOT dalam penelitian ini.

1.6.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan *Iklan Animasi* yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat *Iklan 2D* meliputi konsep *Video 2D*, membuat *storyline* dan *storyboard*.

1.6.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan gambar hingga menganimasikannya setelah itu, model selanjutnya adalah tahap paska produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap *finishing* berupa *rendering* dan *distributing*.

1.6.5 Metode Pengujian

Peneliti menggunakan *Usability testing* dan *Skala Likert* dengan melakukan pengujian dari suatu *system/product (iklan)* yang telah dibuat oleh peneliti untuk *produsen (KEKO)* dan membuat beberapa *questioner* untuk ditanyakan kepada *konsumen (penonton)*.

Tujuan dari *usability testing* adalah untuk mengetahui seberapa paham *konsumen* dalam menggunakan (menonton) *system/product (iklan)* yang peneliti buat. Apakah dalam implementasinya *konsumen* mengalami hambatan atau kesulitan dalam menggunakan (memahami) *system/product (iklan)* tersebut, dari hambatan atau kesulitan tersebut, *produsen (KEKO)* dapat menganalisis kekurangan dari *system/product (iklan)* dan merekomendasikan solusi dari kekurangan tersebut.

Tujuan dari *questioner* dengan *Skala Likert* adalah untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa. Skala ini merupakan suatu skala psikometrik yang biasa di aplikasikan dalam angket dan paling sering di gunakan untuk riset berupa survey, termasuk dalam penelitian survey deskriptif.

1.6.6 Metode Implementasi

Peneliti melakukan implementasi penayangan *Iklan* 2D di media sosial *Instagram* oleh objek (KEKO).

1.7 Sistematika Penulisan

Supaya penulisan ini terarah dan tersusun dengan baik maka secara garis besar sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menerangkan tentang masalah-masalah apa saja yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori berisikan tentang konsep dasar *Multimedia*, pengertian *Periklanan*, jenis-jenis media *iklan*, pengertian *Animasi*, jenis-jenis *Animasi*, pengertian *Motion Graphic*, Sejarah *Motion Graphic*, dan Cara kerja *Motion Graphic*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab analisis dan perancangan *Animasi* akan dibuat dimulai dari tinjauan umum, *tools* yang digunakan untuk produksi *Iklan* dan tahap pra produksi. Pada tahap pra produksi, menguraikan konsep, *storyline* dan *storyboard*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses Pembuatan *Iklan* 2D Dengan *Animasi Motion Graphic*. Mulai dari tahap produksi, penerapan *Animasi*, pembuatan *Animasi*, paska produksi.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSATAKA

Bab ini berisi tentang referensi-referensi yang telah digunakan peneliti selama proses pembuatan tugas akhir ini sebagai acuan yang mendukung.

