

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Himalaya Trans merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa Travel, Saat ini pemilik Himalaya Trans menggunakan media informasi secara verbal mengandalkan kenalan dekat dan membagikan kartu nama perusahaan untuk memperkenalkan usahanya.

Heri ferianto, pemilik Himalaya Trans di Banjarnegara mengatakan perusahaannya memerlukan sebuah media informasi baru yang dapat memperkenalkan keseluruhan paket dan jasa milik perusahaannya. Kebutuhan akan media promosi pada suatu instansi menjadi salah satu kebutuhan utama. Hal ini dikarenakan media promosi, merupakan media yang mempengaruhi keberlangsungan sistem pada suatu instansi. Media promosi seringkali digunakan pada industri perdagangan.

Pada industri perdagangan tentunya promosi dilakukan untuk meningkatkan hasil penjualan produk. Namun pada instansi perdagangan, promosi diperlukan untuk menarik minat konsumen. Hal inilah yang melatarbelakangi penulis untuk mengembangkan media promosi yang menarik di Himalaya Trans, untuk membantu meningkatkan minat konsumen dan promosi pada hubungannya dengan teori ekonomi adalah untuk merubah letak dan kondisi kurva permintaan suatu produk pada suatu perusahaan (Siregar 2007).

Sehingga promosi di Himalaya Trans selalu identik dengan peningkatan penjualan. Seiring dengan berkembangnya kemajuan teknologi, media promosi tidak hanya melalui media cetak, dan elektronik saja. Akan tetapi media internet juga merupakan media yang paling populer saat ini. Semakin banyaknya kompetitor, pasti akan mempengaruhi kualitas media promosi suatu instansi. Media promosi merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Oleh karena itu media promosi dituntut untuk selalu menarik. Semakin menarik media promosi yang digunakan, maka akan semakin banyak hasil penjualan yang didapatkan. Begitu pula sebaliknya. Media cetak seperti koran, tabloid, majalah, katalog, brosur dan poster perlahan sudah mulai

ditinggalkan oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan terdapat media promosi dengan memanfaatkan internet yang lebih mudah digunakan.

### 1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang ingin dipecahkan dalam Tugas Akhir ini adalah bagaimana membuat sebuah animasi 2 Dimensi sebagai media promosi pada Himalaya Trans Banjarnegara.

### 1.3 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang ada, penulis membatasi pada:

1. Pra Produksi, meliputi ide awal yang digunakan dalam pembuatan animasi 2 Dimensi.
2. Produksi, meliputi:
  - a. Pembuatan 2D karakter,
  - b. Pembuatan *background dan environment*,
  - c. Memberikan material pada karakter, *background dan environment*,
  - d. Perancangan tata letak gambar,
  - e. Pembuatan animasi.
3. Pasca Produksi, meliputi:
  - a. *Compositing*, menggabungkan elemen – elemen dalam satu media,
  - b. *Recording dan mixing sound*,
  - c. *Editing*, menyunting materi yang akan dibuat,
  - d. *Final rendering*.

### 1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program D3 manajemen informatika pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Menambah pengalaman secara langsung melalui perancangan suatu proyek multimedia, khususnya animasi 2D.
3. untuk membangun *implementasi* animasi 2D sebagai media promosi pada Himalaya Group Banjarnegara pada bidang *Trans*.

Manfaat dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Untuk menambah pengetahuan kepada mahasiswa mengenai animasi 2d sebagai media promosi tersebut.
2. Untuk menambah pengetahuan bagi pembaca yang bisa digunakan untuk sumber referensi.
3. Mengetahui media promosi pada Himalaya Trans dan permasalahan-permasalahan yang ada agar dapat ditemukan solusi yang terbaik untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.
4. Memudahkan Mahasiswa untuk bekerja dalam program yang sudah dibuat.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini mengemukakan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan, Manfaat dan Metode Penelitian serta Sistematika Penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Landasan Teori dalam Bab II ini terdiri dari kerangka teori yang mendukung dalam penulisan Tugas Akhir ini yang terdiri dari definisi : Pengertian Informasi, Pengertian Multimedia, Komponen media yang akan dipromosikan di Himalaya Trans, Jenis-Jenis Animasi 2D sebagai media promosi, Metode untuk mengontrol animasi, Komponen Animasi, Resolusi Video yang akan digunakan .

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

Bab ini akan memuat pengertian dari multimedia, proses pembuatan animasi, dan kabupaten banjarnegara mulai dari pandangan umum serta berbagai definisi dari para ahli sebagai pengantar pada bab pembahasan

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

Implementasi berisi tentang proses pembuatan animasi 2D dengan menggunakan Adobe, Sedangkan pada pembahasan berisi tentang hasil – hasil dari tahapan pembuatan film animasi 2d sebagai media promosi pada Himalaya Trans Banjarnegara.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup, yang di dalamnya berisi kesimpulan dan rangkuman dari pembahasan skripsi, serta berisi saran yang diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan Himmalaya Trans selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Diuraikan mengenai keterangan dari buku – buku dan literature lain yang menjadi acuan dalam penyusunan tugas akhir ini.

