

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi di jaman sekarang ini sudah jauh lebih berkembang salah satu contohnya adalah multimedia karena dapat menyajikan suatu informasi dengan jelas dan kreatif sehingga penikmat dapat menyerap apa yang disampaikan dengan baik. Multimedia sendiri adalah kombinasi dari teks dan gambar yang dimanipulasi secara digital. Foto, seni grafis, suara, animasi dan elemen video. Salah satu dari contohnya adalah membuat iklan *company profile* perusahaan yang menampilkan audio dan video dengan unsur animasi. Dengan iklan yang ditayangkan dimedia sosial dan sekolah SMP, SMA/SMK dan juga masyarakat luas mampu memahami informasi yang di sampaikan.

Berbagai kreatifitas dalam pembuatan iklan media promosi sosial ini beragam guna menarik minat masyarakat untuk membeli jasa yang ditawarkan Dalam pembuatan iklan *company profile* ini menggunakan metode *Live Shot* dan *Motion Graphic* untuk menyesuaikan kebutuhan iklan tersebut .

Dipenelitian ini penulis menggunakan *Live Shot* dan *Motion Graphic*, pesan dan informasi menggunakan *motion graphic* yang sesuai dengan prinsip animasi ternyata bisa efektif untuk menyampaikan pesan dan sanggup menarik minat masyarakat untuk menontonnya terutama pada bagian informasi yang tidak mungkin

atau sulit disampaikan melalui suara, menurut Rian Iqbal Kurniawan pada penelitian Penerapan *Live Shot* dan *Motion Graphic* sebagai media promosi Sindu Kusuma Edupark Yogyakarta.

Dan juga menggunakan *Live Shot*, pada aspek informasi bahwa rata-rata 83% menunjukkan dalam kriteria sangat setuju dengan video *live shot* ini, dan pada aspek multimedia bahwa rata-rata 84% menunjukkan responden dalam kriteria sangat setuju. Menurut penelitian Erwin Purwanto pada penelitian Pembuatan Iklan Mie Ayam Cak Nonang Yogyakarta Dengan Penggabungan Teknik *Time Lapse* dan *Live Shot*.

Jasa creative yang telah berdiri sejak tahun 2017an ini kini telah merintis cabang baru Delapan Creative fotokopi untuk mengembangkan usaha yang memerlukan media iklan guna merambah pemasaran yang luas. Delapan Creative Production sendiri masih menggunakan brosur dan proposal dalam kegiatan periklanan. Brosur sendiri masih kurang baik dan menarik dalam penyampaian informasi, diantaranya hanya menyampaikan alamat, kontak dan promo. Tentunya brosur sendiri sebagai media periklanan yang digunakan Delapan Creative kurang menarik untuk dinikmati konsumen dan penyebaran informasi media brosur tidak luas.

Dengan adanya permasalahan diatas penulis merancang iklan *company profile* media sosial yang menarik dan mudah untuk diserap oleh masyarakat luas. Media sosial dan sosialisasi ke sekolah sekolah di Jawa Tengah merupakan media informasi yang strategis untuk mengenalkan Delapan Creative Production agar mudah di kenali oleh masyarakat luas. Dalam bentuk video dengan teknik *Live Shot* dan *Motion*

Graphic berdurasi 1 menit 15 detik sebagai media informasi jasa pada Delapan Creative Production yang akan di tampilkan di media sosial dan juga sekolah-sekolah SMP dan SMA/SMK Jawa Tengah dan Yogyakarta. Diharapkan setelah adanya iklan televisi ini dapat membantu memberikan kemudahan kepada konsumen untuk mengenal jasa dan keunggulan yang ditawarkan oleh Delapan Creative Production.

1.2 Rumusan Masalah

Dilihat dari fenomena yang terjadi di Delapan Creative, maka ditemukan masalah – masalah sebagai berikut:

1. Perusahaan belum mempunyai sarana pemasaran yang lebih baik karena masih menggunakan cara konvensional dengan memakai spanduk dan kartu nama dan pemberitaan dari mulut ke mulut.
2. Bagaimana merancang dan membuat video periklanan dengan teknik *Live Shot* dan *Motion Graphic* yang menarik dan kreatif.

1.3 Batasan Masalah

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk membangun iklan video profil perusahaan yang akan digunakan di Delapan Creative Production.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Pembuatan iklan ini berdasarkan permintaan perusahaan.
2. Iklan dibuat untuk dipromosikan dan ditayangkan di sekolah sekolah SMP dan SMK daerah yogyakarta dan Jawa Tengah.

3. Pembuatan video periklanan ini hanya untuk mempromosikan produk jasa pada Delapan Creative yang berada di Yogyakarta.
4. Video Periklanan penjualan jasa kreatif pada Delapan Creative ini dibuat dengan durasi waktu 1 menit 15 detik dan akan di publikasikan di berbagai media sosial.
5. Teknik *Live Shot* dan *Motion Graphic* yang digunakan adalah teknik 2D.
6. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video periklanan ini adalah Adobe After Effect CS6.

1.4 Tujuan Penelitian

Melihat paparan diatas, maka batasan masalah dalam tugas akhir ini adalah video yang dibuat akan berdasarkan kebutuhan yang diperlukan oleh Delapan Creative. Adapun batasan yang lebih spesifik adalah sebagai berikut :

1. Sebagai persyaratan kelulusan untuk jenjang Diploma 3 pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Membuat video periklanan profil perusahaan dengan teknik *live shot* dan *stop motion* pada Delapan Creative production yang menarik dan mudah diterima serta dipahami oleh konsumen atau masyarakat.
3. Pembuatan iklan bertujuan untuk mempromosikan produk-produk dari Delapan Creative agar semakin dikenal dan diminati masyarakat luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari adanya pembuatan tugas akhir ini, yaitu :

Bagi penulis :

1. Mempraktikan ilmu yang telah dipelajari dan didapat selama perkuliahan di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Mendapatkan title sebagai Ahli Madya Komputer (A.Md) karena telah menyelesaikan kuliah untuk jenjang Diploma 3 pada Universitas "AMIKOM" Yogyakarta.
3. Dapat memperoleh wawasan secara nyata dari penelitian yang telah dilakukan.

Bagi Pengembang :

1. Sebagai salah satu cara untuk mempromosikan produk-produk dari Delapan Creative .
2. Sebagai salah satu cara meningkatkan citra perusahaan dan loyalitas konsumen .
3. Dengan dibuatnya iklan motion grafik ini diharapkan dapat menarik perhatian konsumen sehingga teknik ini dapat berkembang dan dapat diminati banyak kalangan.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Sebagai pendukung keakuratan informasi yang akan disampaikan, maka penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu:

1. Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek yang akan diteliti. Dalam hal ini pengamatan dilakukan langsung pada *Delapan Creative*.

2. Metode Wawancara

Melalui metode ini penulis dapat memperoleh penjelasan dan pengarahannya secara langsung dengan pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.

3. Metode Pustaka

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pencarian beberapa sumber referensi tertulis, antara lain: buku-buku yang relevan dan sumber-sumber internet, untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam pembuatan video periklanan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dijalankan. Sistematika penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai informasi perusahaan dan dasar – dasar teori yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian yang sedang dilakukan. Seperti pengertian *Motion Graphic*, Penjelasan *Live Shot*, serta penjelasan lainnya yang dirasa perlu dan berhubungan dengan perusahaan ataupun penulisan penelitian ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan menjelaskan perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan, teknik pembuatan dan editing video. Dalam bab ini terdapat pula konsep dan *storyboard* iklan.

BAB IV PENGUJIAN

Pada bab ini akan membahas testing dan implementasi dari hasil kinerja sistem yang dibangun dan di olah kedalam bentuk video.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang kesimpulan dan hasil dari pembahasan penelitian selama perancangan hingga pembuatan project. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber ataupun buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan tugas akhir ini

