

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan teknologi saat ini, iklan menjadi salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran suatu produk, karena dapat meningkatkan kualitas dalam penyampaian informasi, sehingga banyak perusahaan yang mulai berlomba – lomba memperkenalkan dan memasarkan produk mereka melalui media periklan digital salah satunya berupa video. Dalam video iklan, teknik *motion graphic* menjadi elemen penting yang harus ada. Elemen – elemen grafis yang dapat berupa teks atau gambar yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut yang sangat penting sehingga produk atau jasa dapat lebih mudah dikenalkan kepada masyarakat luas.

ZAZA TOUR & TRAVEL merupakan perusahaan yang bergerak di Bidang Jasa Biro Perjalanan Tour & Travel yang berpusat di Yogyakarta sejak tahun 2012 dan resmi beroperasi pada awal tahun 2014. Dari awal terbentuknya perusahaan ini sangat dibutuhkan sebuah strategi pemasaran terutama dalam memperkenalkan perusahaan serta berbagai informasi yang menjadi daya tarik kepada masyarakat luas. Dengan permasalahan tersebut, video iklan merupakan strategi yang cocok dan bisa diterapkan dalam perusahaan guna masyarakat akan lebih tahu tentang produk dan layanan yang ada dalam perusahaan ZAZA TOUR & TRAVEL ini.

Dari pengamatan diatas terdapat sebuah peluang besar yakni dengan membuat sebuah video iklan. Strategi penulis adalah mengamati dan mempelajari produk tersebut dari kelebihan serta mencari kekurangan produk tersebut. Penulis menemukan beberapa kelemahan dan menemukan cara untuk bersaing, salah satu kekurangannya yaitu media yang digunakan masih dalam wujud seperti poster, kartu nama, dan brosur. Informasi yang ditampilkan sudah cukup lengkap akan tetapi masih belum mengilustrasikan tentang produk dan jasa layanan yang ada di ZAZA TOUR & TRAVEL.

Melihat latar belakang diatas, mendorong penulis untuk membuat sebuah iklan infografis menggunakan *motion graphic* yang berupa video iklan sebagai media promosi baru sehingga dapat membantu dalam memberikan gambaran dan kemudahan kepada konsumen tentang informasi dan layanan produk yang terdapat di ZAZA TOUR & TRAVEL YOGYAKARTA.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "Bagaimana merancang dan membuat video iklan infografis dengan menggunakan teknik *Motion Graphic 2D* yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dan layanan produk dari ZAZA TOUR & TRAVEL"?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Pembuatan Iklan infografis ini berisi tentang informasi dan layanan produk yang ada di ZAZA TOUR & TRAVEL.
2. Bahasa yang digunakan untuk *dubbing* adalah Bahasa Indonesia.
3. Pembuatan iklan ini hanya sampai uji kelayakan kepada pihak objek dan pihak masyarakat umum.
4. Tahap penelitian ini hanya sampai pada penyerahan video kepada pihak objek.
5. Pembuatan video iklan dalam penelitian ini meliputi tahapan pra-produksi, produksi dan pasca-produksi.
6. Perangkat lunak yang digunakan adalah Windows 10 Professional, Adobe After Effect CC 2015, Adobe Premier Pro CC 2015, Adobe Audition CC 2015 dan Adobe Illustrator CC 2015.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin dicapai dari penyusunan penelitian ini adalah :

1. Merancang dan membuat video iklan infografis pada ZAZA TOUR & TRAVEL dengan menggunakan animasi *Motion Graphic 2D*.
2. Memperkenalkan ZAZA TOUR & TRAVEL kepada masyarakat luas melalui video iklan.

3. Membantu ZAZA TOUR & TRAVEL menciptakan branding perusahaan yang terpercaya dan mampu bersaing dengan *competitor* dimata klien dan masyarakat luas.
4. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan dengan harapan ilmu yang dipelajari dapat bermanfaat dan berguna untuk masyarakat luas.
5. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Diploma III di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulls

1. Belajar menerapkan teori – teori yang telah didapatkan selama mengikuti perkuliahan.
2. Menambah wawasan tentang teknik dalam pembuatan video iklan dan animasi terutama *Motion Graphic 2D*.
3. Dapat melakukan penyusunan Tugas Akhir pada Program Studi Diploma 3 Teknik Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Bagi Perusahaan

1. Memperkenalkan layanan dan produk yang ada di Zaza Tour & Travel ke masyarakat umum.
2. Menjaring klien dan pasar yang lebih luas lagi.
3. Zaza Tour & Travel mempunyai media promosi tambahan.

1.5.3 Bagi Masyarakat Umum

1. Memberikan informasi kepada calon konsumen Zaza Tour & Travel.
2. Membuat masyarakat umum mengetahui dan mengenal Zaza Tour & Travel.

1.5.3 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

1. Dokumentasi karya ilmiah dalam bentuk Tugas Akhir, dibidang Multimedia.
2. Bisa menjadi referensi bagi mahasiswa yang sedang atau akan mengerjakan karya ilmiah Tugas Akhir.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa metode dalam pengumpulan data sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan pemilik dari ZAZA TOUR & TRAVEL untuk mendapatkan data yang akurat.

2. Metode Observasi

Peneliti menggunakan metode observasi dengan melakukan pengamatan langsung di Kantor Zaza Tour & Travel agar mendapatkan data yang sesuai.

3. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi pustaka yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep – konsep teoritis menggunakan buku dan situs *website* terpercaya sebagai bahan referensi.

1.6.2 Metode Perancangan

Penulis menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan iklan infografis ini yaitu pra produksi. Pada tahap ini yang dibutuhkan untuk membuat iklan infografis *Motion Graphic 2D* meliputi ide cerita , konsep, rancangan *naskah* dan *Storyboard*.

1.6.3 Metode Pengembangan

Penulis menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan *asset* dan *dubbing*. Setelah itu, selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *background music* dan pengisian *voice over*, hingga tahap *finishing* berupa *rendering*.

1.6.4 Metode Testng

Testing atau pengujian dilakukan setelah video iklan selesai di buat, dengan menyebarkan questioner bagi pihak objek dan pihak masyarakat umum untuk memberikan penilaian terhadap video iklan. Dimana penghitungan score, berdasarkan metode *Skala Likert*.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur maka sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan dalam proses perancangan dan pembuatan video iklan infografis pada ZAZA TOUR & TRAVEL dengan menggunakan teknik *Motion Graphic* serta *software* apa saja yang akan digunakan.

BAB III TINJAUAN UMUM

Pada bab ini berisikan gambaran umum tentang perusahaan ZAZA TOUR & TRAVEL yang meliputi sejarah berdiri, visi & misi, kebutuhan sistem yang digunakan yaitu fungsional dan non fungsional, tahap pra produksi meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan *storyboard*.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang langkah produksi dan langkah paska produksi pada pembuatan video iklan infografis pada ZAZA TOUR & TRAVEL dengan menggunakan teknik *Motion Graphic*.

BAB V PENUTUP

Pada Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan jawaban yang menjadi pokok pembahasan dari rumusan masalah. Saran yang diberikan merupakan harapan untuk pengembangan serta penyempurnaan dari hasil penulis.

