

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Motion graphic animation adalah tipe animasi yang menampilkan gabungan dari ilustrasi, tipografi, fotografi, dan videografi, misalnya penggunaan running teks pada *billboard* iklan atau pada *company profile*. Secara umum animasi berarti menghidupkan urutan *still image* (gambar tidak bergerak), atau teknik memfilamkan susunan model atau gambar untuk menciptakan rangkaian gerak ilusi. Jadi animasi dibentuk dari model-model grafis yang kemudian digerakkan. Animasi *motion graphic* disebut juga gambar bergerak karena dalam proses pembuatannya digunakan banyak gambar yang berurutan dan dimanipulasi sedemikian rupa sehingga tampak seolah-olah gambar tersebut dapat bergerak.

Lokalindo *Tour and Travel* merupakan salah satu *travel agency* di Provinsi DI Yogyakarta. Promosi yang dilakukan Lokalindo *Tour and Travel* saat ini adalah promosi media cetak menggunakan brosur dan media online menggunakan website. Cara promosi tersebut sudah cukup bagus, namun pada beberapa bagian akan timbul masalah dalam hal memvisualisasikan keunggulan dari Lokalindo *Tour and Travel*. Lokalindo *Tour and Travel* memiliki beberapa keunggulan antara lain Layanan Prima. Layanan Prima yaitu layanan yang menjamin perjalanan konsumen lancar tanpa kendala seperti penggantian transportasi sesuai kebutuhan secara instan tanpa tambahan biaya dan penggantian menu konsumsi konsumen secara instan sesuai keinginan juga tanpa tambahan biaya.

Dalam penelitian ini penulis mengusulkan solusi pemecahan masalah dengan *motion graphic*. Dengan *motion graphic* diharapkan mampu memvisualisasikan keunggulan Lokalindo *Tour and Travel* yang tidak bisa dilakukan secara *liveshoot* seperti Layanan Prima yaitu layanan yang menjamin perjalanan konsumen lancar tanpa kendala seperti penggantian transportasi sesuai kebutuhan secara instan tanpa tambahan biaya dan penggantian menu konsumsi konsumen secara instan sesuai keinginan juga tanpa tambahan biaya. *Motion graphic* sendiri merupakan sebuah animasi sehingga dengan adanya proses pergerakan animasi tersebut dapat memberikan gambaran yang jelas untuk memberikan informasi kepada pembaca.

Dari latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“ Perancangan dan Pembuatan Iklan pada Lokalindo Menggunakan Motion Graphic Sebagai Media Promosi ”.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka penulis dapat membuat rumusan masalah yaitu *“Bagaimana merancang dan membuat iklan pada Lokalindo Tour and Travel menggunakan motion graphic sebagai media promosi”.*

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada, maka batasan masalah pada laporan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan ilustrasi keunggulan Lokalindo *Tour and Travel* (penjelasan profil perusahaan, program layanan prima, paket wisata unggulan dan cara pemesanan).
2. Target durasi iklan 120 detik.
3. Target penayangan hasil dari pembuatan video ini di fokuskan untuk promosi di media online.
4. Video ini diuji dari faktor informasi oleh pemilik Lokalindo *Tour and Travel* dan faktor kelayakan animasi oleh mahasiswa multimedia.
5. Pembuatan iklan video animasi *motion graphic* pada Lokalindo *Tour and Travel*, selesai pada tahap penyerahan iklan video animasi *motion graphic* kepada Lokalindo *Tour and Travel*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelttan

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu syarat untuk penulis menyelesaikan pendidikan program Strata 1 Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Dapat merancang sebuah video iklan menggunakan teknik *motion graphic* dan diharapkan dapat membatu kegiatan promosi Lokalindo *Tour and Travel*.
3. Dapat dijadikan refrensi mahasiswa Amikom yang ingin mengetahui bagaimana proses pembuatan iklan. Sehingga dapat menambah atau

memberikan wawasan yang baru dan wawasan yang luas dalam bidang iklan khususnya video iklan menggunakan *motion graphic*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin diperoleh dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Bagi Penulis

1. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai dengan bidang multimedia, dengan membuat profil perusahaan pariwisata yang berupa animasi *motion graphic*.
2. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan ke dalam aplikasi nyata dengan harapan bisa bermanfaat di dunia nyata dan kerja.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Sebagai alternatif baru dalam penyampaian informasi khususnya dalam bidang kepariwisataan dan penjualan paket wisata, maupun memberikan citra baik bagi Lokalindo *Tour and Travel*.

1.6 Metode Penelitian

Ada pun beberapa metode penelitian dilakukan, sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang benar, lengkap, dan akurat sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk mendapatkan data maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Metode Studi Literatur

Dalam studi ini, mengacu pada studi pustaka maupun referensi lain yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari sumber buku atau *ebook* maupun dari sumber media internet sebagai acuan penulis dalam merancang iklan kepariwisataan tour dan travel Lokalindo *Tour and Travel*.

2. Metode Kepustakaan

Metode yang digunakan untuk mendapatkan konsep-konsep teoritis menggunakan buku-buku sebagai bahan referensi dalam mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan penulis.

3. Metode Observasi

Metode yang melakukan pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan serta pencatatan langsung atau wawancara terhadap objek penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan peneliti untuk menguraikan permasalahan yang terdapat pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah video editing

yang berjalan, analisis hasil solusinya, analisis kebutuhan video, dan analisis kelayakan video atau disebut dengan metode analisis SWOT.

1.6.3 Metode Perancangan Iklan

Melakukan langkah-langkah dalam pembuatan iklan dengan tahapan :

1. Pra-Produksi

Tahap Pra Produksi merupakan tahap perencanaan produksi video. Disini semua hal yang berkaitan dengan pembuatan video animasi *motion graphics* dipersiapkan. Seperti membuat konsep cerita, membuat naskah, dan membuat storyboard.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahap implementasi dari tahap pra produksi. Video dibuat dengan acuan pada konsep yang telah dipersiapkan pada tahap sebelumnya.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan bagian terakhir dari rangkaian proses pembuatan video. Video akan diedit kemudian disempurnakan sehingga menjadi karya yang utuh.

1.6.4 Metode Evaluasi

Dalam tahap ini peneliti memanfaatkan metode analisis wacana terhadap sejumlah audiens yang melihat iklan ini, dengan menilai kelayakan video yang ditayangkan.

1.6.5 Metode Implementasi

Dalam tahap ini video iklan diserahkan kepada pihak objek penelitian. Peneliti juga mengunggah video dalam media online untuk dilakukan *broadcasting* video iklan yang dibuat.

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penelitian laporan skripsi.

BAB II. LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tentang pengertian multimedia, elemen multimedia, *motion graphic*, dan pengertian lain yang berhubungan dengan judul yang penulis ambil.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini berisi tentang tinjauan umum dan pembahasan analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan dan implementasi mengenai profil pariwisata yang penulis buat pada Lokalindo *Tour and Travel*.

BAB V. PENUTUP

Kesimpulan dan saran sebagai pernyataan singkat dari hasil penelitian, guna adanya perbaikan untuk pengembangan lebih lanjut.

