

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Njogja Tour and Travel adalah sebuah perusahaan di Yogyakarta yang bergerak dalam bidang perjalanan wisata dan rental mobil. Banyak sekali fasilitas, paket wisata menarik dan armada mobil pilihan yang ditawarkan oleh Njogja Tour and Travel Yogyakarta. Namun sayangnya belum banyak masyarakat mengetahui tentang hal tersebut. Tidak bisa dipungkiri lagi, bahwa perkembangan teknologi dunia saat ini berkembang sangat pesat dan bisa menunjang pekerjaan jika kita bisa memaksimalkan fungsinya.

Media promosi yang saat ini digunakan oleh Njogja Tour and Travel Yogyakarta yaitu melalui *website*, *twitter*, *facebook* dan *blackberry messenger*. Namun dengan keterbatasan sumber daya manusia yang ada, perusahaan membutuhkan informasi persuasif tentang produk sebagai alat promosi yang kuat, sehingga konsumen tertarik untuk mencoba produk yang ditawarkan. Iklan yang ditayangkan melalui televisi adalah cara periklanan yang digunakan produsen untuk mengkomunikasikan informasi dengan menjangkau penonton dalam jumlah besar. Oleh sebab itu, iklan melalui media televisi dapat berpengaruh besar dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan atau instansi.

Oleh karenanya, penulis bermaksud menambah jumlah media promosi dari Njogja Tour and Travel Yogyakarta dengan membuat sebuah iklan *motion graphic* melalui media televisi agar dapat menarik lebih banyak

masyarakat. Dari permasalahan tersebut, maka judul yang akan penulis buat adalah “Perancangan dan Pembuatan Iklan “Njogja Tour and Travel Yogyakarta” Menggunakan Teknik Motion Graphic”.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melihat dari latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut. Bagaimana membuat iklan dengan teknik motion grafik pada *Njogja Tour and Travel Yogyakarta*?

1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan iklan sebagai berikut:

1. Iklan ini dibuat untuk *Njogja Tour and Travel Yogyakarta* sebagai media promosi dalam bentuk video dengan durasi 30 detik yang akan ditayangkan pada televisi lokal Yogyakarta (RBTv).
2. Menggunakan format video .mp4
3. Menggunakan teknik *motion graphic*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Tujuan untuk penulis
Sebagai syarat kelulusan Strata Satu pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Tujuan untuk masyarakat umum
Bagi masyarakat umum yang ingin membuat iklan *motion graphic* dapat mengetahui langkah-langkah dalam pembuatannya.
3. Tujuan untuk *Njogja Tour and Travel* Yogyakarta
Membantu *Njogja Tour and Travel* membuat iklan dalam bentuk video menggunakan teknik *motion graphic*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat bagi penulis

Adapun manfaat bagi penulis adalah :

1. Prasyarat kelulusan program studi Strata I Teknik Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom).
2. Penerapan ilmu yang diperoleh saat kuliah di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Pembuatan karya ilmiah dalam pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang IT.
4. Membantu memasarkan *Njogja Tour and Travel* dengan media iklan *motion graphic*.

1.5.2 Manfaat bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta

Adapun manfaat bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta adalah :

1. Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa dalam bentuk laporan Skripsi.
2. Referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk laporan Skripsi bagi mahasiswa yang sedang mengambil matakuliah Skripsi.

1.5.3 Manfaat bagi Njogja Tour and Travel

Adapun manfaat bagi Njogja Tour and Travel adalah :

1. Iklan ini memanfaatkan teknik motion graphic sebagai media pemasaran untuk mengenalkan Njogja Tour and Travel kepada masyarakat luas.
2. Terjalin hubungan baik antara Njogja Tour and Travel dengan pihak Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5.4 Manfaat bagi masyarakat umum/IT

Adapun manfaat bagi masyarakat umum/IT adalah sebagai salah satu alternatif media periklananyang baru dengan memanfaatkan teknologi berbasis multimedia.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penulisan laporan skripsi ini, digunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data Penelitian

Agar menunjang pencarian fakta dan pengumpulan data guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan kasus ini, diperlukan pemahaman bagaimana iklan tersebut nantinya dapat dijalankan. Untuk mengetahui

bagaimana iklan tersebut berjalan, diperlukan beberapa metode untuk memperoleh data yang akurat dan menghasilkan video iklan yang lebih baik.

Metode-metode tersebut antara lain :

1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berkepentingan yang merupakan narasumber untuk mendapatkan informasi.

2. Observasi

Observasi adalah metode yang digunakan penulis dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan pengolahan data ditempat penelitian.

3. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan membaca buku untuk mendapatkan bahan tambahan yang bersifat teoritis dan *relevan* yang dapat menunjang laporan yang berkaitan dengan topik yang diambil serta pemecahan yang ada.

4. Metode Kepustakaan

Metode kepastakaan merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari data-data arsip yang telah ada yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi.

1.6.2 Analisis

Dalam metode ini, penulis mengadakan pemeriksaan kebenaran data. Penulis juga membandingkan kekurangan dan kelebihan cara promosi lama dengan cara promosi yang baru. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis SWOT yang meliputi : *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman).

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah persiapan sebelum produksi, seperti mengumpulkan data merencanakan konsep atau ide cerita selanjutnya membuat dan mempelajari naskah, storyboard dan menganalisa produksi yang akan diterapkan dalam produksi iklan. Teknik produksi ini menggunakan *motion graphic*.

1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dengan melakukan langkah-langkah Produksi yang didalamnya terdapat proses pembuatan desain, pembuatan animasi dan pembuatan voice over. Tahap Pasca produksi, didalamnya dilakukan editing, memeriksa hasil sementara setelah editing, kemudian jika hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan rendering untuk melakukan packaging hasil akhir dalam format video yang di inginkan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika laporan disusun menggunakan dasar-dasar penulisan karya ilmiah, metode ini dilakukan agar penyusunan laporan skripsi menjadi lebih rapi dan mudah dipahami. Sistematika penulisan tersebut adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan dan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan perancangan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang digunakan oleh penulis sebagai dasar penelitian dan gambaran tentang perangkat lunak yang akan digunakan oleh penulis dalam menyusun iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Dalam bab ini berisikan gambaran tentang *Njogja Tour and Travel* Yogyakarta yang meliputi sejarah berdiri, analisis yang digunakan yaitu SWOT, sistem yang akan dibangun meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan *storyboard*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjabarkan langkah-langkah pembuatan video mulai dari pembuatan aset, editing, rendering sampai tahap akhir.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan, saran dari penelitian dan kelebihan dan kelemahan iklan.

DAFTAR PUSTAKA