

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Periklanan adalah penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi yang merupakan alat promosi yang kuat(M. Suyanto, 2004: 3). Iklan menjadi salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran suatu produk. Sehingga banyak perusahaan memperkenalkan produk melalui media digital seperti iklan video promosi. Promosi merupakan program komunikasi pemasaran total perusahaan yang terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat – masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya (M. Suyanto, 2005: 19).

Three-J Variasi adalah usaha yang bergerak dibidang variasi mobil. Namun untuk mengembangkan usahanya, Three-J Variasi belum memiliki iklan video yang informatif dalam mengenalkan produknya. Sehingga belum banyak konsumen luar Wonogiri seperti Solo, Pacitan dan Ponorogo mengetahui tentang Three-J Variasi. Namun untuk periklanan masih menggunakan media cetak seperti brosur dan spanduk sehingga dalam menyampaikan informasi dan penyebaran tidak luas. Maka Three-J Variasi berkeinginan untuk membuat sebuah iklan berbasis video yang menarik dan informatif untuk memperluas pasarnya.

Dipenelitian ini menggunakan motion graphic, Pesan dan informasi menggunakan motion grafik 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 dan sebagai alternatif baru dalam penyampaian informasi kepada masyarakat melalui iklan menurut Rian Iqbal Kurniawan pada penelitian Penerapan Motion Grafik dan live shoot sebagai media promosi Sindu Kusuma Edupark Yogyakarta.

Dari masalah diatas, maka penulis melakukan suatu penelitian dengan judul " Pembuatan Iklan Pada Three-J Variasi dengan teknik motion graphic sebagai media promosi ". Dengan iklan video ini diharapkan dapat menyebarkan informasi tentang Three-J Variasi sehingga dapat menambah konsumen dalam menggunakan produknya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah, bagaimana membuat video *motion graphic* pada Three-J Variasi?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan untuk membuat pokok bahasan menjadi lebih terarah, sehingga dalam pembuatan video motion grafik batasan masalahnya meliputi:

1. Penelitian ini dilakukan di Three-J Variasi Wonogiri.
2. Pembuatan iklan menggunakan *motion graphic*.
3. Video iklan promosi ini berupa animasi dua dimensi dengan durasi 1 menit.
4. Software yang digunakan untuk membuat video animasi adalah Adobe After Effect dan Adobe Premier.
5. Penelitian hanya membahas tentang bagaimana cara membuat video *motion graphic* pada Three-J Variasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Merancang video promosi Three-J Variasi sebagai media promosi untuk menambah kepercayaan konsumen dengan menggunakan *motion graphic*.
2. Menerapkan ilmu dan teori yang diberikan saat menempuh pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Mengenalkan dan mempromosikan produk Three-J Variasi kepada konsumen.

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 Three-J Variasi .
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

Dalam mengumpulkan data, maka penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu:

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke kantor Three-J Variasi di Wonogiri oleh penulis untuk mendapatkan data secara spesifik .

2. Metode Wawancara

Melalui metode ini penulis dapat memperoleh data dari jawaban atas pertanyaan – pertanyaan secara langsung kepada manajemen Three-J Variasi.

3. Metode Pustaka

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengkajian beberapa sumber referensi tertulis ,antara lain : buku-buku yang relevan di perpustakaan Universitas Amikom Yogyakarta dan sumber-sumber internet seperti naskah tugas akhir di repository.amikom.ac.id untuk di jadikan referensi dalam metode studi pustaka.

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 grafik, Penjelasan live shoot, 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.