

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis Yogyakarta adalah Sekolah Musik Ahmad Dhani/Ahmad Dhani Music School dengan *brand* atau Merk ADSOR (Ahmad Dhani School Of Rock), resmi hadir pada tanggal 7 April 2010, sebagai salah satu lembaga pendidikan *non-formal*/lembaga kursus musik, dengan misi antara lain “untuk menjadi mitra pemerintah/institusi dalam pengembangan pendidikan *non formal* dalam bakat musik terbaik, terbesar dan terpercaya di Indonesia” dalam mewujudkan tujuan Pendidikan Nasional dan turut serta dalam membangun SDM melalui pendidikan.

Saat ini, persaingan lembaga pendidikan *non formal* kursus musik sudah banyak dan harus bisa mempertahankan loyalitasnya. Ahmad Dhani School Of Rock cabang Tamsis menargetkan bahwa untuk mempertahankan loyalitas dan meningkatkan mutu periklanan harus berinovasi memiliki media promosi yang baru. Dari pengalaman yang sudah dialami oleh Ahmad Dhani School Of Rock cabang Tamsis, berbagai macam kegiatan yang sudah dibuat sebelumnya menggunakan media visual berupa poster dan brosur yang disebarluaskan melalui media cetak dan media sosial untuk dipublikasikan dan menyampaikan informasi. Poster dan brosur yang disebarluaskan hanya berisi teks dan gambar. Namun, publikasi untuk menyampaikan informasi tersebut belum bisa mengilustrasikan informasi dengan maksimal. Pada saat Ahmad Dhani School Of Rock sedang mengadakan pameran-pameran diluar masih belum cukup media yang digunakan

untuk mempromosikan secara langsung yang dapat memberikan informasi kepada masyarakat umum tentang kursus musik Ahmad Dhani School Of Rock cabang Tamsis Yogyakarta.

Dari permasalahan yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa pentingnya sebuah media iklan berupa video guna mendukung kebutuhan promosi dan inovasi memiliki media promosi yang baru pada Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis. Dengan media promosi yang disajikan dalam bentuk video, masyarakat umum, pelajar, mahasiswa akan lebih mudah dalam hal mengingat dan mengetahui tentang informasi program kelas, lokasi, sarana & fasilitas yang ada di Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis. Video sendiri mempunyai keunggulan yang mana pada sebuah media pemasaran dapat mencakup 5 unsur multimedia sekaligus yaitu : video, teks, gambar, animasi, dan suara yang tidak bisa disampaikan lewat media cetak. Berdasarkan latar belakang masalah yang ada pada Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis, maka penulis mengambil skripsi dengan judul “Perancangan Iklan 2D Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis Yogyakarta dengan Motion Graphic sebagai Media Promosi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah: Bagaimana merancang iklan animasi 2D Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis Yogyakarta dengan konsep motion graphic sebagai media promosi ?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini dilakukan di Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis Yogyakarta.
2. Pembuatan dan perancangan video iklan ini sebagai sarana untuk membantu pihak pemasaran pada lembaga pendidikan non-formal/lembaga kursus musik Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis Yogyakarta.
3. Menginformasikan program kelas, lokasi, sarana & prasarana yang terdapat di Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis Yogyakarta.
4. Video iklan animasi 2D ini hanya membahas *motion graphic* sebagai media promosi.
5. Hasil implementasi video animasi 2D menggunakan *motion graphic* ini akan berbentuk video media promosi berdurasi 2 menit dan akan menjadi kewenangan perusahaan dalam penayangannya.
6. Software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah *Adobe Illustration CS6, Adobe Audition CS6, Adobe After Effect CS6 dan Adobe Premiere CS6*
7. Untuk audio yang nantinya digunakan seperti suara latar musik (*backsound*) yang terdapat dalam video iklan animasi yang dikerjakan sepenuhnya dibuat oleh pihak obyek Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini adalah untuk membuat dan merancang video iklan dalam bentuk animasi 2D tentang lembaga pendidikan non-formal/lembaga kursus musik di Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis Yogyakarta. Sehingga masyarakat umum, pelajar, mahasiswa mendapatkan informasi pelayanan yg diberikan oleh Ahmad Dhani School Of Rock dan sebagai sarana promosi bagi Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian adalah :

1. Sebagai salah satu media untuk promosi lembaga pendidikan non-formal/lembaga kursus musik di Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis Yogyakarta.
2. Media informasi mengenai program kelas, lokasi, dan sarana & prasarana kursus musik di Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis kepada masyarakat umum, siswa, pelajar dan pecinta musik.
3. Meningkatkan nilai mutu periklanan pemasaran dari Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Studi Kepustakaan

Metode pengumpulan data yang dilakukan bersumber dari jurnal ilmiah nasional, media cetak atau elektronik, buku dan *white paper* yang didapat dari internet, perpustakaan dan koleksi buku pribadi untuk mendapatkan konsep teori yang mendukung.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pihak Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis untuk mendapatkan info yang akurat.

1.6.1.3 Metode Observasi

Proses pengamatan terhadap media promosi yang pernah dibuat oleh Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis.

1.6.1.4 Kuisoner

Kuisoner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditunjukkan kepada responden. Jawaban *responden* atas semua pertanyaan dalam *kuisoner* kemudian di catat.

1.6.2 Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan analisis yang di dalamnya akan menganalisis kebutuhan fungsional dan nonfungsional, kebutuhan *brainware*,

kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan, seperti membuat ide cerita, pembuatan *naskah* iklan, pembuatan *storyboard* iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan pengertian multimedia, konsep dasar iklan, jenis media promosi dan teknik *visual efek* apa saja yang dipakai dalam perancangan video iklan Ahmad Dhani School Of Rock Cabang Tamsis Yogyakarta.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan yaitu analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan iklan video iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses dan hasil perancangan video iklan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya yang bersifat membangun dari pembahasan yang ada pada penyusunan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber *referensi* penulis dalam penulisan skripsi.

LAMPIRAN

