

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini telah dimanfaatkan dalam berbagai macam media, pemanfaatan animasi pada video terkadang memberikan daya tarik tersendiri, terutama pada layanan iklan televisi, agar iklan sampai ke konsumen maka diperlukan media informasi yang jelas. Kejelasan informasi pada segmen pasar terhadap produk yang diiklankan akan menghasilkan tanggapan positif dari konsumen yang akan memberikan keuntungan bagi produsen.

Media dalam konteks periklanan memiliki definisi tersendiri, salah satunya dikemukakan oleh William Wells, John Burnett & Sandra Moriarty sebagai berikut: "*The media are channels of communication that carry the messages from the advertiser to the audience*". (Media adalah sarana komunikasi yang membawa pesan-pesan dari pengiklanan kepada konsumennya).

Pembuatan sebuah video sangat diperlukan teknik tersendiri dalam penyajiannya, salah satunya dengan menerapkan teknik *hyperlapse*. Penerapan teknik *hyperlapse* yang dipadukan dengan motion graphic memerlukan perencanaan yang matang dan ketepatan waktu pengambilan gambar. Teknik *hyperlapse* ini diterapkan

untuk menampilkan desain ruang hupp coffe shop beserta menu andalanya yang di visualkan berupa video iklan.

Media dalam multimedia dimanfaatkan juga dalam dunia pendidikan dan bisnis. Di dunia pendidikan, multimedia digunakan sebagai media pengajaran, baik dalam kelas maupun secara sendiri-sendiri. Di dunia bisnis, multimedia digunakan sebagai media profil perusahaan, profil produk, berita pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang dan jasa yang dijual, dipasang dimedia masa seperti koran dan majalah, atau di tempat-tempat umum.

Video iklan merupakan sebuah media berbasis multimedia yang sangat membantu perusahaan untuk memasrkan sebuah produk dan jasa. Seperti yang dilansir buku, *Fatah Sofyan, Amir, Purwanto, Agus. 2008. DIGITAL MULTIMEDIA : Animasi, Sound editing, & Video Editing. Andi : Yogyakarta* menyebutkan bahwa multimedia merupakan pemanfaatan computer untuk membuat menggabungkan teks, grafik, audio, gambar gerak (Video dan animasi) dengan menggabungkan link dan tool yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berekreasi, dan berkomunikasi (Hofsetter 2001) [1]

Dalam merencanakan pembuatan video perlu diperhatikan penyusunan konsep, ide cerita dan visual cerita. Teknik *Hyperlapse* adalah sebuah pengembangan dari teknik bidang fotografi yang menggabungkan frame-frame foto yang di ambil dalam periode dan jarak tertentu yang memasukan pergerakan kamera yang kemudian digabungkan menjadi sebuah video singkat.

Berdasarkan observasi-observasi yang dilakukan penulis pada objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa pengiklanan yang dilakukan Hupp Coffe Shop saat ini masih menggunakan media pengiklanan social media seperti facebook, Instagram dan twitter. Media ini dirasa masih minim dan cakupannya kurang luas. Dengan adanya media iklan berbasis animasi hyperlapse dan motion grafik ini diharapkan penyebaran informasi tentang Hupp Coffe Shop dapat lebih efektif dan efisien.

Dari masalah tersebut, maka penulis akan mempunyai ide untuk menggunakan teknik *hyperlapse* dan *motion graphic* dalam merancang video iklan Hupp Coffe Shop nantinya diharapkan dapat menggunakan beberapa prinsip fotografi dalam proses pembuatan video iklan tersebut dengan lebih cepat. Penggabungan teknik *hyperlapse* dan *motion graphic* maka penulis mengangkat sebuah judul **“Perancangan dan Pembuatan Iklan Animasi Dengan Teknik Hyperlapse dan Motion Grafik Pada Hupp Coffe Shop”** dengan adanya iklan animasi ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen dan dapat memperluas pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana merancang dan membuat iklan animasi dengan teknik hyperlapse dan motion grafik menjadi sebuah video iklan yang dapat menarik minat pengunjung dengan menggunakan animasi dengan teknik hyperlapse dan motion grafik ?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat luasnya cakupan dari penelitian ini, maka agar pembahasan tidak melebar dan untuk memudahkan dalam penyelesaian nantinya maka akan dibatasi pada beberapa hal berikut ini :

1. Pembuatan Iklan animasi dengan teknik hyperlapse dan motion grafik ini sebagai sarana untuk membantu mengembangkan media pengiklanan tidak hanya melalui social media tapi melalui media yang lain seperti youtube dan video tron.
2. Berdurasikan kurang lebih 1 menit maksimal dalam penayangan untuk video tron.
3. Penayangan melalui video tron 18 kali tayang dalam 1 hari.
4. Software utama yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah *Adobe After effect CS6* juga menggunakan beberapa software multimedia lain seperti *Adobe audition CS6, Corel draw X7, Adobe premier* dan software pendukung lainnya.
5. Iklan ini dapat ditayangkan di youtube, Instagram, dan video tron.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai adalah :

1. Membuat dan merancang *iklan animasi* dengan teknik hyperlapse dan motion grafik.
2. Meningkatkan informasi mengenai Hupp Coffe Shop kepada konsumen dan dapat memperluas pengiklanan dan minat konsumen.

3. Membuat dan merancang *iklan animasi* dengan teknik hyperlapse dan motion grafik menggunakan *Adobe After Effect CS6*.
4. Membuat dan merancang *iklan animasi* dengan output standar PAL .

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari pembuatan *Iklan animasi* dengan teknik hyperlapse dan motion grafik ini adalah :

1. Bagi penulls

Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan ke dalam aplikasi nyata dengan harapan bisa bermanfaat didunia nyata dan kerja.

2. Bagi produsen dan konsumen

Sebagai sarana media promosi dan pengiklanan yang membantu produsen dalam mengiklankan coffe shop sebagai bentuk usaha penyebaran informasi terhadap konsumen dan meningkatkan nilai pemasaran coffe shop.

1.6 Metode Penelitian

Metodologi yang penulis digunakan dalam merealisasikan tujuan dan pemecahan masalah di atas adalah dengan menggunakan langkah-langkah berikut:

1. Metode Observasi (Observation)

Melakukan observasi lingkungan Hupp Coffe Shop agar bisa mendapatkan referensi untuk membuat *iklan animasi* dengan teknik hyperlapse dan motion grafik ini menjadi sebuah iklan yang lebih menarik.

2. Metode Wawancara (Interview)

Untuk mendapatkan data yang diinginkan maka penulis melakukan wawancara kepada beberapa pengunjung dan pelayan hupp coffe shop agar data yang diperoleh lebih akurat dan sesuai kebutuhan dalam proses pembuatan dan perancangan *iklan animasi* dengan teknik hyperlapse dan motion grafik ini.

3. Metode perancangan

Penulis Merancang *iklan animasi* dengan teknik hyperlapse dan motion grafik agar tujuan *iklan* ini dapat tersampaikan sesuai yang diharapkan. Selain itu perancangan *iklan* ini juga berguna sebagai sarana pengiklanan

4. Metode Analisis

Tahap analisis merupakan tahap yang sangat penting, karena kesalahan ditahapan ini akan menyebabkan kesalahan ditahap selanjutnya. Analisis sistem ini dilakukan oleh seseorang yang disebut analisis sistem. Tugas utama analisis sistem dalam tahap ini diperlukan yaitu menemukan kelemahan-kelemahan dari sistem, sehingga dapat diusulkan perbaikannya, untuk mengetahui apakah *iklan animasi* yang dibuat sudah sesuai dengan yang diharapkan maka harus dilakukan Analisis terhadap rancangan dan

iklan animasi Dengan melakukan analisis dapat diketahui apa yang belum sesuai terhadap *iklan animasi* ini dan apa yang sebaiknya harus dilakukan. tahap analisis diperlukan dalam mengidentifikasi suatu masalah, dalam penelitian ini dilakukan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancamannya. Panduan ini sering disebut dengan SWOT analysis (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*).

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas antara lain berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan menerangkan teori-teori yang melandasi analisis dan perancangan sistem yang meliputi pengenalan Lingkungan Hidup, definisi dan jenis *iklan*, sistem perangkat lunak (*Software*) yang digunakan, serta teori-teori yang bersangkutan lainnya.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab III ini berisi tentang penguraian dan penjelasan dari suatu pembuatan *iklan* seperti merancang konsep yang akan dibangun dan gambaran umum obyek penelitian.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Tahapan ini adalah tahapan yang sangat penting didalam pembuatan sebuah *iklan*, setelah dilakukannya perancangan sistem. Implementasi sistem merupakan tindak lanjut dalam pembuatan *iklan*, sesuai dengan desain yang telah direncanakan sebelumnya.

BAB V PENUTUP

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