

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi khususnya di bidang informasi dan komunikasi telah berkembang sedemikian pesat terutama pada bidang multimedia. Kemampuan dalam hal teoritis di bidang komputer saja belum tentu cukup untuk mengikuti perkembangan zaman tersebut, dan sampai saat ini terdapat terobosan – terobosan baru dimana komputer menjadi hal yang tidak terpisahkan dari kebutuhan sehari – hari sehingga membuat integrasi antar berbagai disiplin ilmu seperti desain *grafis*, *broadcasting*, dan *audio – visual*.

PT 8travel adalah perusahaan yang bergerak sebagai penyalur atau penjualan tiket pesawat terbang secara *online* maupun *offline*. Dalam memasarkan tiket atau jasa yang diperdagangkan diperlukan berbagai strategi dan kebijaksanaan. 8travel membutuhkan iklan yang unik dan berbeda dari lainnya, tetapi juga bisa menyampaikan informasi tentang 8travel yang dapat dengan mudah dipahami oleh calon konsumen.

Oleh karena itu 8travel memerlukan iklan dalam bentuk video animasi, yang sebelumnya masih dalam bentuk media cetak dan web. Iklan menggunakan media cetak dan web dianggap kurang dalam penyampaian informasi, karena hanya menggunakan teks dan gambar saja. Dari kelemahan media iklan dengan media cetak dan web pihak 8travel membutuhkan bentuk iklan yang berbeda, yaitu dengan menggunakan video animasi. Dalam video ini diharapkan akan lebih

banyak penyampaian informasi, karena di dalamnya menggunakan kombinasi animasi gambar, teks, dan suara.

Berdasarkan latar belakang di atas solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersebut salah satunya dengan cara membuat Media Informasi yaitu "Pembuatan video animasi iklan sebagai media informasi pada 8travel menggunakan *motion graphic*" sebagai solusi kebutuhan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang akan penulis teliti adalah "Bagaimana membuat video animasi iklan dengan *motion graphic* sebagai Media Informasi 8travel ?"

1.3 Batasan Masalah

Untuk mencegah penelitian ini tidak menyimpang dari yang telah dirumuskan, maka berikut batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Penulis fokus dalam penggunaan animasi 2D.
2. Penulis tidak menggunakan *live shoot* pada penelitian ini.
3. *Software* yang digunakan pembuatan iklan ini meliputi : *Adobe Illustrator CC, Adobe After Effect CC, Adobe Premier CS6.*

1.4 Manfaat dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk :

1. Menginformasikan dan mempromosikan 8Travel agar lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga diharapkan 8travel memiliki banyak pelanggan.

2. Menginformasikan 8Travel dalam bentuk animasi 2D.
3. Membuat video animasi iklan yang sesuai dengan kebutuhan 8travel.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini ada beberapa metode yang akan dipakai untuk mendapatkan informasi objektif, antara lain :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi : melakukan survey terhadap objek untuk layak atau tidaknya dijadikan sebuah iklan, melakukan pengamatan perkembangan iklan saat ini.
2. Metode Wawancara : melakukan wawancara kepada pihak pihak yang terkait.
3. Metode Studi Pustaka : mencari referensi - referensi yang berkaitan dengan penelitian. Referensi diperoleh dari buku - buku dan internet.

1.5.2 Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis yang digunakan untuk landasan suatu iklan sebagai kebutuhan sesuai dengan yang diinginkan agar isi tidak meleset dari objek, adapun analisis yang akan digunakan yaitu Analisis SWOT.

1.5.3 Metode Perancangan

Perancangan video animasi iklan terdapat beberapa yang harus direncanakan secara matang atau biasa disebut dengan tahap pra produksi, meliputi : pencarian ide, penentuan tema, pembuatan *storyboard*.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dengan melakukan langkah-langkah produksi yang di dalamnya terdapat proses pembuatan gambar, menyusun gambar sesuai naskah, *review* hasil sementara dan dokumentasi hasil. Dan melakukan langkah pasca produksi, yaitu tahap dilakukannya proses editing, memeriksa hasil editing sementara, dan jika *editing* sudah sesuai dengan yang diharapkan, kemudian dilanjutkan dengan proses *rendering* untuk *packaging* hasil akhir dengan format video yang diinginkan.

1.5.5 Metode Testing

Dalam tahap ini dilakukan proses *testing* atau pengujian sistem untuk mengetahui kekurangan apa saja yang terdapat dalam Iklan, sebelum Iklan mulai dipublikasikan.

1.5.6 Metode Implementasi

Pada tahap ini akan ditunjukkan langkah-langkah dalam pembuatan Iklan ini mulai dari awal proses pembuatan hingga akhir proses pembuatan Iklan. Seperti proses *editing* video hingga proses *rendering* video yang akan di jadikan dalam format yang di inginkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan ini disusun secara sistematis dalam 5 Bab yang masing - masing bab dibagi atas beberapa sub bab, secara garis besar sistematika penulisan tersusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, metode perancangan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang mendasari pembuatan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisikan tentang gambaran umum dari video animasi iklan pada Stravel beserta permasalahan yang dihadapi, analisis yang digunakan untuk menghadapi masalah ini menggunakan analisis SWOT, dan solusi yang diberikan berupa video animasi iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang implementasi dan pembahasan dari pembuatan animasi iklan yang dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan kesimpulan skripsi yang dibuat dan saran dari keseluruhan rancangan yang penulis lakukan.