

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, di mana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/jasa/merek/ perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus memengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut [1]. Seringkali ditemukan bahwa banyak perusahaan yang melakukan promosi dengan harapan dapat memperkenalkan produknya kepada para konsumen dan meningkatkan penjualan produknya, salah satunya adalah usaha rental mobil.

CV Atika Transport merupakan sebuah agen perjalanan *tour* dan *travel* yang berada di JL Ringroad Selatan No. 9, Tamantirto, Kasihan Bantul, Yogyakarta. CV Atika Transport adalah penyedia jasa rental mobil matik dan manual yang terawat dengan *driver* berpengalaman. CV Atika Transport juga menyediakan paket wisata dalam kota maupun luar kota dan memiliki banyak pilihan mobil seperti Toyota New alphard, Toyota Hiace, New Pajero dakkar, Fortuner VRZ, Toyota New Carmy, Grand Innova Matik, Agya Matik, Brio Matik, dan beberapa pilihan mobil lainnya.

Strategi promosi yang dilakukan oleh CV Atika Transport biasanya menggunakan sosial media, menggunakan pamflet, dan dari mulut ke mulut. Pihak pengelola sendiri merasa media tersebut masih kurang efektif sekalipun sosial media yang mereka miliki itu memiliki jumlah pengikut yang lumayan besar. Oleh karena itu pihak CV Atika Transport menginginkan sebuah media informasi yang lengkap karena pada sosial media tersebut masih menginformasikan bagian – bagian dari CV Atika Transport yang hanya sepotong - sepotong. Pihak Cv Atika Transport menginginkan pemberian informasi layanan, cara memesan, lokasi secara terurut. Untuk itu dari permasalahan diatas penulis akan membuat sebuah media iklan dengan bentuk *Motion Graphic*.

*Motion Graphic* adalah seni *desain graphic* yang merupakan penggabungan dari ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi dengan menggunakan teknik

animasi [2]. Pada *Motion Graphic* dapat menampilkan informasi – informasi yang lebih mudah dengan cara menganimasikan dalam bentuk 2 dimensi, contoh animasi untuk lokasi, informasi pemesanan, dan bagian – bagian lain yang ingin diinformasikan. Keunggulan *Motion Graphic* dari media yang lain, *Motion Graphic* tidak memerlukan peralatan peralatan seperti kamera untuk melakukan pengambilan gambar, aset yang banyak, team yang besar, dan dapat dikerjakan secara individual . Informasi yang bisa diberikan dalam *Motion Graphic* itu termasuk kompleks, karena ada teks, gambar, suara, dan ada animasi dimana informasi itu sudah mewakili yang namanya elemen multimedia.

Dari beberapa pemaparan diatas, maka peneliti mengambil judul penelitian yaitu “Perancangan dan Pembuatan Iklan Animasi 2D CV Atika Transport Yogyakarta dengan Teknik Motion Graphic” .

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pokok permasalahan, maka rumusan masalah yang muncul sebagai berikut : “Bagaimana mengimplementasikan teknik animasi 2D *Motion Graphic* pada pembuatan video CV Atika Transport?”.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, agar proses perancangan dan pembuatan video animasi 2D *Motion Graphic* tidak meluas dan fokus pada permasalahan, maka diperlukan batasan – batasan masalah sebagai berikut.

1. Penelitian dilakukan di CV Atika Transport dengan menginformasikan berbagai hal yang dibutuhkan pada CV Atika Transport.
2. Target durasi video kurang lebih 1 menit 30 detik.
3. Informasi animasi *Motion Graphic* berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik CV Atika Transport.
4. Kualitas video yang dihasilkan adalah HDTV 1080p 24 *High Quality* Video, 1920 x 1080 pixel 30 fps dengan *type* data (mp4).

5. *Software* yang digunakan untuk membuat video animasi 2D *Motion Graphic* adalah Adobe After Effect CC 2018, Adobe Premier Pro CC 2021, dan Corel Draw X7.
6. Informasi yang ada dalam video akan dievaluasi oleh pihak CV Atika Transport dan informasi terkait teknis pembuatan video akan dievaluasi oleh ahli multimedia.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membuat sebuah media informasi sesuai dengan kebutuhan CV Atika Transport.
2. Mengimplementasikan teknik *Motion Graphic* untuk diterapkan dalam pembuatan animasi jasa *tour and travel*.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti  
Sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bagi CV Atika Transport  
Hasil video ini dapat dijadikan sebagai media iklan yang variatif dari biasanya dan terstruktur bagi CV Atika Transport agar semakin dikenal oleh masyarakat luas.
3. Bagi Masyarakat  
Hasil video ini dapat memberikan informasi pada masyarakat tentang keunggulan – keunggulan jasa CV Atika Transport.

#### 1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi:

## **1.6.1 Metode Pengumpulan data**

### **1.6.1.1 Metode Wawancara**

Metode ini dilakukan dengan wawancara atau tanya jawab langsung kepada pemilik CV Atika Transport untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk membuat video.

### **1.6.1.2 Metode Observasi**

Observasi dilakukan di CV Atika Transport untuk mengamati dan melihat secara langsung lokasi dan proses transaksi kepada konsumen. Penulis juga melakukan observasi terhadap iklan dan media sosial yang digunakan oleh CV Atika Transport. Dengan metode tersebut penulis dapat mengambil keputusan untuk membuat dan merancang video sesuai kebutuhan.

## **1.6.2 Metode Analisis**

Setelah pengumpulan data, data yang didapat kemudian diolah dan dianalisa menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT (*Strenght, Weakneses, Oportunity, Thread*) merupakan menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah. Proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar). Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi dan memecahkan masalah yang ada pada objek yang diteliti.

## **1.6.3 Metode Perancangan**

Perancangan dan pembuatan video ini memiliki 3 tahap sebagai berikut:

### **1. Pra produksi**

Tahap persiapan, menyiapkan ide dan konsep video yang akan dibuat, menyiapkan naskah dan, menyiapkan *story board*.

### **2. Produksi**

Tahap pelaksanaan, video diproduksi sesuai dengan *story board* yang telah dibuat, membuat objek atau gambar ilustrasi.

### **3. Pasca produksi**



Melakukan penggabungan hasil *render* dari tahap sebelumnya atau disebut dengan *compositing*. Setelah itu mengatur dan menyusun rangkaian *shoot* menjadi *scene*, rangkaian *scene* menjadi sebuah *sequence*, rangkaian menjadi suatu cerita yang utuh atau disebut dengan *editing*. Setelah itu mengeksport hasil akhir sebuah film ke media yang ditentukan atau disebut dengan *rendering*.

#### 1.6.4 Metode Evaluasi

Melakukan proses analisa terhadap kelayakan animasi dengan cara menggunakan evaluasi *alpha test* dan *beta test*. *Alpha test* merupakan evaluasi untuk memenuhi kebutuhan fungsional dari animasi tersebut. *Beta test* merupakan kebutuhan evaluasi untuk menganalisa kelayakan dari animasi tersebut yaitu dari pihak CV Atika Transport dan dari segi teknis yaitu dari ahli multimedia.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang akan dibahas sebagai berikut :

**Bab I Pendahuluan**, berisi tentang uraian mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, maksud dan Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode penelitian, dan Sistematika Penulisan.

**Bab II Tinjauan Pustaka**, Bab II memuat tentang teori-teori dan hasil penelitian, dimana teori dan hasil penelitian ini digunakan sebagai kerangka teori penelitian untuk menyelesaikan penelitian.

**Bab III Metode Penelitian**, Bab III berisikan tentang alat yang digunakan untuk membuat video dan persiapan pembuatan video.

**Bab IV Hasil dan Pembahasan**, Bab IV berisikan tentang proses pembuatan video mulai dari produksi hingga video siap untuk di posting.

**Bab V Penutup**, berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penulis.

**Daftar Pustaka**

**Lampiran**