

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan salah satu alat dalam bauran promosi (promotion mix) yang terdiri dari lima alat (Kot-ler, 2000). Selain iklan, juga terdapat sales promotion, personal selling, public relation, dan direct marketing. Namun, iklanlah yang paling banyak digunakan khususnya untuk produk konsumsi. Meskipun tidak secara langsung berakibat terhadap pembelian, iklan merupakan sarana untuk membantu pemasaran yang efektif untuk menjalin komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dalam usahanya untuk menghadapi pesaing. [1].

Motion graphic adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi desain grafis profesional dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi, dan internet. Pada dunia perdagangan, informasi dan hiburan adalah suatu tantangan, ketika dimana pemirsa (*audience*) memutuskan apakah akan masuk saluran channel atau tidak, keluar dari situs *web*, atau ketika menonton *trailer* untuk melihat film. Maka dari itulah diperlukan strategi, kreativitas, dan keterampilan dari seorang desainer *broadcasting*, desainer judul film, dan *animator* dalam seni *motion grafis* [2].

Perumahan Graha permai land Banjarnegara adalah perumahan yang berlokasi di kecamatan Sigaluh kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah. Namun, permasalahan yang terjadi, perumahan ini tergolong cukup baru selesai dibangun pada tahun 2018, belum sepenuhnya mengetahui secara detail keuntungan di perumahan tersebut. Sebelumnya perumahan Graha permai land sudah membuat iklan dengan teknik live shot itu kurang memberikan informasi yang lebih detail dan memperjelas mengenai perumahan Graha permai land Banjarnegara. Dari permasalahan tersebut iklan yang akan dibuat selanjutnya akan dipilih menggunakan

animasi dengan teknik motion graphic, dengan memilih animasi teknik motion graphic dapat memudahkan dan memperjelas secara detail untuk menyampaikan informasi terkait perumahan Graha permai land.

Dengan di buatnya iklan animasi *motion graphic* ini memungkinkan agar pekerja di bidang kreatif animasi *motion graphic* bisa berkembang dibandingkan iklan teknik animasi *frame by frame* yang mungkin sedikit terkesan lawas atau iklan *live shoot* yang sebelumnya dibuat oleh pihak Graha Permai Land itu sendiri kurang memberikan penjelasan mengenai perumahan tersebut. Animasi *motion graphic* dipilih karena tampilannya dan jalan cerita yang unik di tambah juga teks untuk memperjelas sistem pembelian rumah dan keunggulannya, membantu media pemasaran untuk Graha permai land software *motion graphic* yang di gunakan adalah adobe after effect. Dengan adanya animasi sebagai media pemasaran memberikan yang lebih menarik, efektif. Dari permasalahan di atas penulis mengambil judul "Iklan animasi 2D sebagai media promosi perumahan Graha permai land Banjarnegara dengan metode *motion graphic*"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut "Bagaimana membuat iklan Animasi 2 dimensi sebagai media promosi perumahan Graha permai land Banjarnegara dengan teknik *motion graphic*"

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil Dari rumusan masalah diatas, maka batasan yang dapat diambil yaitu :

1. Pembuatan iklan 2 dimensi sebagai media promosi perumahan Graha permai land Banjarnegara dengan metode *motion graphic*
2. Adapaun materi yang di angkat pada materi iklan nya adalah :

Kelebihan dari perumahan tersebut seperti lokasi, properti dan jenis tipe rumah.

3. Maksimal dari durasi iklan animasi 2 dimensi motion graphic untuk Perumahan Graha Permai Land ini adalah 1 menit.

1.4 Tujuan Penelitian

Pembuatan iklan promosi dengan animasi 2 Dimensi motion graphic untuk memperkenalkan industri perumahan Graha Permai Land Banjarnegara ke masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil proposal tersebut, di harapkan bisa dapat memberikan beberapa manfaat, antara lain;

1. Bagi mahasiswa

Sebagai prasyarat akademik untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana, program studi informatika Universitas Amikom Yogyakarta dan menambah wawasan suatu pembuatan iklan dan animasi.

2. Bagi Univeristas Amikom Yogyakarta

penulis harapkan agar dapat digunakan sebagai salah satu panduan atau pedoman dalam proses perkuliahan oleh Universitas Amikom Yogyakarta serta untuk menambah dan melengkapi bahan referensi pada Mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta.

3. Bagi industri Graha Permai Land Banjarnegara

Bagi Graha Permai Land dapat menggunakan animasi yang telah dibuat oleh mahasiswa untuk media iklan promosi secara resmi di konten sosial media instagram.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini sistematika yang di gunakan dalam penyusunan skripsi sudah sesuai dari ketentuan dari lembaga, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan pendahuluan yang materinya sebagian besar menyempurnakan usulan penelitian yang berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tinjauan pustaka dan dasar teori. Tinjauan pustaka merupakan uraian hasil-hasil penelitian sebelumnya yang melatarbelakangi penelitian yang akan dilakukan, sedangkan dasar teori berisi teori-teori dari sistem pendukung keputusan, dan penjabaran dari metode pengembangan sistem yang dibutuhkan untuk menyusun solusi pada penelitian yang akan dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang pengembangan metodologi yang terdiri dari kerangka pemikiran, sumber data dan jenis data serta metode analisis data untuk iklan animasi 2 dimensi Graha permai land

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang hasil produk iklan untuk media promosi Perumahan Graha permai land Banjarnegara. Menggunakan program aplikasi multimedia yang sudah di sesuaikan

BAB V PENUTUPAN

Bab ini merupakan bab terakhir dari sistematika penulisan skripsi. Di dalam bab ini memuat kesimpulan serta saran untuk pengembangan iklan media promosi Graha permai land.