

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi komunikasi adalah penerapan prinsip-prinsip komunikasi ilmiah untuk menciptakan elemen-elemen penting dari efektivitas dan efisiensi proses komunikasi. Teknologi komunikasi dianggap sebagai penerapan prinsip-prinsip ilmiah komunikasi dengan menciptakan bahan (alat teknis) untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas peran elemen komunikasi seperti sumber, pesan, media, dan sasaran. Dari perspektif ilmu telekomunikasi, dalam teknologi telekomunikasi merupakan sistem makro yang mencakup teknologi telekomunikasi, elektronik, dan informasi.

Perkembangan teknologi dan informasi khususnya di Indonesia sangat dinamis. Perkembangan ini tentu saja mempengaruhi semua sektor, termasuk ekonomi, pendidikan, masalah sosial dan, tentu saja, sektor kesehatan. Salah satu indikator keberhasilan teknologi informasi di bidang kesehatan adalah penyediaan informasi tentang pelayanan kesehatan kepada masyarakat. Dulu, informasi tentang pelayanan kesehatan masyarakat disajikan melalui media cetak seperti spanduk, infografis, dan promosi surat kabar. Namun dengan berkembangnya teknologi informasi di Indonesia, informasi pelayanan kesehatan masyarakat kini dapat disajikan melalui media iklan pada sosmed seperti YouTube, Instagram, Facebook dan website.

Media iklan adalah alat untuk membuat produk/jasa/gambar/perusahaan atau lainnya lebih dikenal. Media periklanan tertua adalah dari mulut ke mulut. Media ini sangat efektif, tetapi kurang efisien karena sulit untuk mengukur dan memprediksi kecepatan penyampain. Seiring berkembangnya teknologi, berkembang juga media promosi yang semakin kreatif, menarik, dan inovatif diantaranya yaitu media promosi dalam bentuk video [1].

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dari penulis ditemukan bahwa pada Klinik Blue Island Kuta Lombok masih terdapat kekurangan dalam hal promosi layanan kesehatan masyarakat, dalam hal ini masyarakat setempat kurang

mengetahui fasilitas dan layanan kesehatan di klinik tersebut. Perusahaan tersebut sudah menggunakan media sosial sebagai media penyampaian informasi, namun masih menggunakan postingan gambar. Klinik Blue Island memerlukan cara untuk menyampaikan informasi dengan cara yang berbeda agar menarik para konsumen. Salah satunya yaitu memanfaatkan multimedia dalam pembuatan media periklanan. Multimedia merupakan bentuk dari teknologi informasi yang menggabungkan gambar, tulisan, teks, suara, video, animasi menjadi sistem informasi interaktif yang berguna dalam pengambilan keputusan bagi penggunaannya.

Banyak Teknik untuk membuat video iklan promosi salah satunya menggunakan teknik *motion graphic*. Iklan dengan menggunakan *motion graphic* adalah cara yang tepat agar informasi dapat tersampaikan dengan cara yang lebih ilustratif dan imaginative. Karena *motion graphic* sendiri mampu memvisualisasikan sesuatu yang tidak dapat ditampilkan dengan live shot. *Motion graphic* merupakan kombinasi dari film, video, foto, ilustrasi, dan animasi. *Motion graphic* digunakan dalam film untuk membantu memperkenalkan cerita. Sementara, *motion graphic* sebagai media informasi dapat menyampaikan informasi dengan lebih baik dan mudah dimengerti.

Oleh karenanya, penulis bermaksud menambahkan jumlah media promosi dari Klinik Blue Island Kuta Lombok dengan membuat sebuah iklan *motion graphic* melalui media instagram dan youtube agar dapat menarik lebih banyak masyarakat. Dari permasalahan tersebut, maka judul yang penulis buat adalah “Perancangan dan Pembuatan Iklan dengan Teknik *Motion Graphic* pada Klinik Blue Island Kuta Lombok.”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat ditarik sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana pembuatan video iklan dengan teknik *motion graphic* pada Klinik Blue Island Kuta Lombok?.

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan permasalahan pada penelitian ini adalah:

- 1 Video iklan dibuat dengan teknik *motion graphic*.
- 2 Target video promosi berdurasi 30-60 detik.
- 3 Video promosi meliputi profil dan pelayanan Klinik Blue Island Kuta Lombok.
- 4 Pengujian video ini berisi tentang informasi mengenai informasi klinik dan penggunaan teknik *motion graphic* pada Klinik Blue Island Kuta Lombok.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan pada penelitian ini diantaranya:

- 1 Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai syarat untuk lulus program Gelar sarjana (S.Kom ) dari Universitas Amikom Yogyakarta dengan fokus pada teknologi informasi.
- 2 Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan yaitu pembuatan video dengan teknik *motion graphic*.
- 3 Tujuan dari penelitian ini adalah Menghasilkan video iklan Klinik Blue Island Kuta Lombok.
- 4 Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai bentuk pengabdian masyarakat terhadap Klinik Blue Island Kuta Lombok untuk dapat membantu mengimplementasikan layanan kesehatan masyarakat.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya:

- 1 Dapat memperoleh pengetahuan tambahan dan menerapkan secara langsung terkait dengan materi kuliah yang diajarkan yaitu perencanaan periklanan dengan teknik *motion graphic*.
- 2 Dapat membantu keberhasilan tersampainya layanan kesehatan oleh Klinik Blue Island kepada masyarakat Kuta Lombok.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Adapun Metode dalam penelitian ini adalah:

### **1.6.1 Metode Pengumpulan data**

Dalam mengumpulkan data-data untuk menunjang berjalannya proses penelitian, penulis menggunakan dua metode yaitu observasi dan wawancara.

#### **1.6.1.1 Metode Observasi**

Metode Observasi digunakan untuk mengumpulkan data-data lapangan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu Klinik Blue Island.

#### **1.6.1.2 Metode Wawancara**

Metode Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi/data dengan cara melakukan komunikasi terhadap pihak objek penelitian, sasaran utama yaitu pemilik/pegawai di Klinik Blue Island. Penulis akan melakukan wawancara dengan pemilik Klinik Blue Island atau pegawai di Klinik Blue Island mengenai layanan-layanan yang ada dalam klinik tersebut serta penerapan teknologi informasi dalam pemberian informasi pelayanan kesehatan masyarakat pada klinik tersebut.

### **1.6.2 Kajian Pustaka**

Dalam pembuatan iklan menggunakan teknik *motion graphic*, penulis perlu mencari referensi penerapan teknik *motion graphic* dengan menemukan Informasi dari berbagai sumber, majalah, buku, dokumen, internet, perpustakaan.

#### **1.6.3 Metode Analisis**

Penulis menggunakan analisis kebutuhan berupa kebutuhan fungsional dan non-fungsional. Analisis data yang didapat diolah menggunakan skala likert. Data tersebut didapat dari angket atau kuesioner yang telah diisi oleh audien.

#### **1.6.4 Metode Perancangan**

Metode perancangan ini meliputi proses pra produksi, produksi dan pasca produksi dalam pembuatan video iklan *motion graphic* pada Klinik Blue Island.

### **1. Pra Produksi**

Bagian awal dari sebuah proses produksi animasi, hal itu meliputi:

- a. Konsep
- b. *Storyboard*

## **2. Produksi**

Bagian inti dari sebuah proses produksi animasi, hal itu meliputi:

- a. Animasi
- b. Background
- c. Karakter

## **3. Pasca Produksi**

Bagian akhir dari sebuah proses produksi animasi, hal itu meliputi:

- a. Compositing
- b. Editing
- c. Rendering

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Pada bagian ini disajikan secara berurutan sistematika penulisan yang akan dilakukan. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, dan batasan-batasan masalah, tujuan dan sasaran penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penelitian.

#### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas beberapa teori yang mendukung terciptanya karya ini, yang dijelaskan dalam bab ini, mencakup teori yang terkait sebagai dasar penelitian.

#### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas mengenai bagaimana proses pengumpulan data dilakukan, kebutuhan apa saja yang diperlukan serta perencanaan yang akan dilaksanakan selama penelitian.

#### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas mengenai pembahasan mulai dari proses pembuatan video iklan promosi menggunakan teknik motion graphic, dan kecocokan video iklan promosi ini dalam mempromosikan layanan kesehatan masyarakat di Klinik

Blue Island kuta lombok. Kemudian agar penggunaannya optimal dilakukan evaluasi pada penerapan video iklan dengan teknik motion graphic.

#### **BAB V: PENUTUP**

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan penelitian dan saran yang diberikan oleh penulis setelah melakukan penelitian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Pada bagian ini berisi mengenai referensi yang digunakan oleh penulis dalam menyusun laporan ini baik itu dari buku, jurnal, maupun artikel

