

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi sebagai alat pemasaran untuk mengenalkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat umum yang bertujuan untuk mencari keuntungan guna menunjang berjalanya suatu usaha atau instansi. Secara umum media promosi di bedakan menjadi dua yaitu media *offline* dan media *online*. Promosi secara *offline* biasanya dilakukan dengan kontak fisik secara langsung dengan pelanggan seperti terlibat dalam event-event kecil hingga besar dan di optimalkan dengan cara menempel poster, pemasangan spanduk, cetak koran dan penyebaran brosur. Sedangkan promosi secara *online* memanfaatkan internet sebagai media yang dapat menjadi jembatan antara informasi untuk iklan dengan cara membuat poster digital atau video kemudian melakukan *targeting* pada *platform* iklan yang di pilih. Misalnya penggunaan media sosial seperti *Facebook Business*, *Instagram Ads*, penggunaan *Google Ads* dan iklan pada *website*.

Dengan adanya kebijakan pemerintah tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk mengurangi penyebaran virus Covid19, sehingga mengharuskan berbagai universitas atau perguruan tinggi swasta di Indonesia melakukan promosi secara online, karena tidak memungkinkan untuk melakukan promosi secara offline apalagi harus melakukan *marketing* ke setiap daerah. Oleh sebab itu, universitas atau perguruan tinggi harus berpikir kreatif dan inovatif tentang bagaimana cara melakukan promosi untuk menarik minat mahasiswa baru mendaftar di universitas atau perguruan tinggi tersebut, tidak terkecuali Universitas AMIKOM Yogyakarta salah satu perguruan tinggi swasta yang masih menggunakan media *offline* dengan cara melakukan *marketing* ke sekolah-sekolah SMA/SMK, serta *event* sekolah lainnya, selain itu Universitas AMIKOM juga melakukan kegiatan penyebaran brosur ke kampus-kampus yang menyelenggarakan ujian SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri), tentunya ini memakan waktu yang lama serta biaya dan tenaga yang banyak, selain itu hasil atau konversi mahasiswa yang mendaftar tidak sebanding

terlebih lagi kondisi pandemi saat ini. Penggunaan media sosial sebagai media untuk melakukan promosi belum secara optimal dimanfaatkan karena sejauh ini hanya digunakan untuk mengunggah desain dan foto-foto kegiatan yang ada di Universitas Amikom Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk membuat video animasi yang akan digunakan untuk membantu Universitas Amikom Yogyakarta melakukan kegiatan promosi secara maksimal dengan menerapkan *metode Expression Wigle dan Clamp*. Metode tersebut di implementasikan untuk memudahkan dalam proses pembuatan video animasi, yaitu dengan memasukkan kode skrip *Wigle dan Clamp* yang telah ada di Adobe After Effect 2020 pada bagian objek gambar yang ingin digerakan. Setelah itu menentukan titik gerak koordinat perpindahan objek dari posisi awal dan posisi akhir. Sehingga secara otomatis objek akan bergerak sesuai dengan kode skrip dan titik kordinat gerak yang telah di tentukan. Dengan adanya video animasi ini harapannya dapat membantu kegiatan promosi Universitas Amikom yogyakarta di media sosial ataupun *platform* lainnya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana membuat Video Animasi sebagai media promosi dengan menggunakan metode *Expression Wiggle dan Clamp*?

1.3 Batasan Masalah

Untuk mempersempit pembahasan pada laporan tugas akhir ini, maka dibuat batasan-batasan sebagai berikut:

- a. Video Animasi ini di buat menggunakan *Adobe Illustrator CC 2019* untuk asset, *Adobe After Effect 2020* untuk proses editing dan *Adobe Media Encoder 2020* untuk preoses rendering.
- b. Video Animasi di buat berbasis animasi Motion Grafik 2D.
- c. Video Animasi menggunakan metode Expression terutama *Wiggle* dan *Clamp*.
- d. Dalam tugas akhir ini hanya mencakup perancangan, dan pembuatan video animasi, tidak termasuk implementasi (mempromosikan secara *online*).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diraih dalam pembuatan laporan tugas akhir ini antara lain sebagai berikut :

- a. Mengetahui bagaimana pembuatan Video Animasi dengan menggunakan metode *Expression Wiggle* dan *Clamp*.
- b. Sebagai sarana untuk memaksimalkan kegiatan promosi secara *online* pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat dicapai dengan melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Dapat diimplementasikan sebagai media promosi untuk meningkatkan pendaftar mahasiswa baru.
2. Dapat dijadikan sebagai refensi pembuatan video animasi menggunakan metode *Expression Wiggle* dan *Clamp*.
3. Dapat dijadikan acuan untuk penelitian berikutnya yang ingin mengembangkan video animasi dengan metode *Expression Wiggle* dan *Clamp*.

1.6 Sistematika Penelitian

Dalam penulisan laporan tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN, berisi: latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, berisi: teori penunjang, referensi berupa buku, jurnal, dan laporan tugas akhir.

BAB III TINJAUAN UMUM, berisi: penjelasan mengenai obyek penelitian, hasil observasi / pengumpulan data, masalah yang terdapat pada obyek, dan gambaran umum proyek.

BAB IV PERANCANGAN DAN PEMBAHASAN, berisi: proses rancangan video animasi, implementasi *metode expression*, serta evaluasi rancangan dan pengerjaan video animasi.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dan saran dari hasil akhir penilaian proyek.

