

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman yang moden seperti sekarang perkembangan teknologi sangatlah cepat terutama media periklanan, saat ini sudah banyak mengalami perubahan. Seperti munculnya alternatif baru periklanan yaitu media videotron. Videotron saat ini sudah terdapat di tiap-tiap daerah, dengan biaya yang terjangkau membuat media ini sebagai alternatif baru untuk media periklanan.

Motion Graphic dikalangan broadcast memiliki kehadiran yang sangat kuat di televise, seperti halnya komersial grafis, hiburan atau entertainment, promo atau opening sebuah program, grafik berita dan grafis yang penempatannya pada produk – produk TVC. *Motion graphic* mungkin memiliki sedikit perbedaan dengan aplikasinya di dalam film. Meskipun film berisi *motion graphic*, sangat sedikit (jika ada) benar – benar dianggap *motion graphic* didalamnya karena aplikasi *motion graphic* pada film persentasenya hanya sedikit dan biasanya digunakan sebagai *opening title/opening sequence*. [1]

Omahe Winahyu merupakan perusahaan yang bergerak dalam jasa Penginapan yang bertempat di Sleman Yogyakarta. Perusahaan ini berkeinginan menambah media promosinya untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas dan membangun citra perusahaan. Dengan semakin majunya teknologi, mereka berkeinginan menggunakan media promosi yang lebih maju dibanding perusahaan lainnya yang masih menggunakan sarana promosi seperti hardcopy, poster, stiker dan media cetak. Maka penulis tertarik ingin mengambil

peluang untuk penelitian ini yang intinya membahas Motion Graphic untuk iklan dengan judul skripsi:

“Perancangan Iklan Videotron “Omahe Winahyu” Yogyakarta”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang timbul : bagaimana membuat iklan Omahe Winahyu agar bisa tampil di videotron?

1.3 Batasan Masalah

Penulis memfokuskan pembahasan dalam ruang lingkup yang sempit, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan menggunakan *motion graphic* 2D.
2. Penulis hanya membahas *motion graphics* pada iklan bukan membahas dampak dari pembuatan iklan ini.
3. Format standar iklan yang digunakan pada iklan Omahe Winahyu adalah HDTV (*High Definition Television*).
4. Hasil video akan ditayangkan di videotron jalan Kaliurang.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

1. Sebagai media pembelajaran untuk orang yang berminat menggunakan Konsep *Motion Graphic*.
2. Video iklan yang telah selesai dibuat dapat digunakan “ Omahe Winahyu” sebagai *media promosi*, yang dapat membantu dalam publikasi kepada masyarakat

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Bagi Penulis
 - a. Agar memperoleh gambaran secara nyata bagaimana cara memproduksi iklan secara maksimal.
 - b. Sebagai media penerapan ilmu serta uji coba kerja sebelum terjun ke dunia kerja yang lebih mempunyai daya saing tinggi.
 - c. Untuk mengetahui bagaimana membuat video dengan teknik motion graphic dengan baik.
 - d. Mampu mengembangkan diri di bidang animasi dan desain.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Membantu memfasilitasi perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran agar masyarakat lebih mengenal Omahe Winahyu
 - b. Mengenalkan fasilitas dan jasa Omahe Winahyu kepada masyarakat
3. Bagi Masyarakat
 - a. Agar masyarakat menangkap pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada khalayak ramai.
 - b. Mendorong agar masyarakat tertarik untuk menjadi pelanggan di Omahe Winahyu.
 - c. Agar masyarakat terutama peminat teknik motion graphic dapat terbantu dalam perancangannya

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Laporan penelitian ini disusun dengan metode-metode sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis dilapangan dengan cara melihat fasilitas dan aktifitas yang ada di Omahe Winahyu.

b. Metode Studi Pustaka

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data melalui buku-buku dan materi yang berkaitan dengan proses pembuatan yang di peroleh di perpustakaan maupun file-file dari internet.

c. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan penulis untuk berkonsultasi langsung dengan pihak Omahe Winahyu untuk mengumpulkan data terkait dengan produksi iklan.

1.5.2 Metode Analisis

Dalam analisis ini metode yang digunakan yaitu analisis DKV (Desain Komunikasi Visual) yaitu Analisis Semiotic.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode yang digunakan dalam perancangan yaitu metode Pra Produksi yang meliputi :

- a. Ide
- b. Tema
- c. Naskah
- d. Storyboard

1.5.4 Metode Pengembangan

Dalam metode pengembangan ada beberapa langkah yang dilakukan yaitu:

a. Produksi

Dalam tahap produksi terdapat langkah – langkah yang harus dilakukan, Antara lain animasi iklan, review hasil sementara, pembuatan ulang animasi iklan jika animasi yang digunakan masih belum seperti yang diharapkan.

b. Pasca produksi

Pasca produksi yang didalamnya membahas tentang editing, memeriksa hasil sementara setelah editing, kemudian setelah hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan rendering untuk melakukan packaging hasil akhir dalam format video yang diinginkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan Skripsi ini, dapat dibuat suatu sistematika penulisan yang terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan secara ringkas pembahasan tentang latarbelakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, metodologi penelitian skripsi, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab II ini berisi tentang landasan teori yang digunakan skripsi. Landasan teori berisi Tujuan Pustaka dan Dasar Teori yang mendukung dilakukannya penelitian.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini, akan dibahas mengenai teknik motion graphic yang penulis bahas, profil singkat Omahe Winahyu, dan analisis mengenai pra produksi.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini berisi tentang tahapan tentang proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas pada BAB III, yaitu pada tahap Produksi dan Pasca Produksi

