

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media, pemanfaatan animasi pada video iklan terkadang memberikan daya tarik tersendiri, terutama pada layanan iklan televisi, Video iklan adalah sebuah media pemasaran yang dapat mencakup 5 unsur multimedia yaitu : video, teks, gambar, animasi, dan suara. Dalam sebuah iklan dimungkinkan juga menggunakan *motion graphic*.

*Motion Graphic* merupakan salah satu media atau salah satu sub dari ilmu desain grafis yang banyak digunakan dalam periklanan (TVC), film berupa *title sequence*, *opening* atau promo program TV, ataupun stasiun TV dan ada juga digunakan untuk video clip music, atau profil perusahaan. *Motion Graphic* sendiri menampilkan animasi berupa gabungan dari gambar, tulisan dan suara yang dijadikan menjadi satu.

CV. Andrawina adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyedia barang dan jasa untuk peralatan elektronik, mekanik, telekomunikasi dan informatika. Sejak awal terbentuk pada tahun 2012, CV. Andrawina belum ada iklan dalam bentuk elektronik, semua promosi dilakukan dengan menggunakan brosur dan melalui pembicaraan mulut ke mulut. Iklan dalam bentuk elektronik berupa video dengan gabungan suara dan gerakan akan tampak lebih hidup dan diyakini dapat menarik lebih banyak konsumen.

Dari masalah tersebut maka penulis membuat sebuah iklan dengan menerapkan *motion graphic* sebagai media promosi CV. Andrawina, dikarenakan iklan dengan menerapkan *motion graphic* mempunyai daya tarik sendiri. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan CV. Andrawina Yogyakarta menggunakan *Motion Graphic*”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah, yaitu : “Bagaimana membuat iklan CV. Andrawina Yogyakarta menggunakan *motion graphic* ?”

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penyusunan laporan ini, agar pembahasan tidak melebar dan untuk memudahkan dalam penyelesaian nantinya maka akan dibatasi pada beberapa hal berikut ini :

1. Iklan CV. Andrawina Yogyakarta berdurasi 30 detik.
2. Pembahasan hanya pada tahap pasca produksi saja yang mengulas tentang penerapan dan pengerjaan *motion graphic*.
3. Menggunakan format *file* video .mp4 dengan kualitas HD 1080p dengan resolusi 1920 x 1080p.
4. *Software* pembuatan iklan menggunakan *software Adobe After Effect CC 2014, Adobe Illustrator CC 2014 dan Adobe Premiere CC 2014*.
5. Iklan akan diserahkan pada pihak CV. Andrawina Yogyakarta.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah terwujudnya sebuah iklan yang dapat memperkenalkan CV. Andrawina Yogyakarta kepada masyarakat luas.

Adapun tujuan lainnya adalah sebagai berikut :

1. Mengimplementasikan *motion graphic* dalam pembuatan iklan video CV. Adrawina menjadi sebuah media promosi.
2. Mengimplementasikan *motion graphic* dengan software Adobe After Effect CC 2014 dan Adobe Premiere CC 2014 pada pembuatan iklan video CV. Adrawina yang diharapkan dapat menjadi sebuah media promosi.
3. Mengenalkan CV. Adrawina sebagai jasa pemasangan dan instalasi jaringan internet ke masyarakat luas melalui iklan televisi.

#### 1.5 Metode Penelitian

##### 1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan sebagai penelitian awal dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung kepada pihak CV. Andrawina Yogyakarta untuk mendapat informasi yang lebih jelas.

b. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung di CV. Andrawina Yogyakarta.

c. Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mencari referensi dan informasi dari buku-buku pustaka, jurnal ilmiah dan internet yang bersangkutan dengan iklan dan *motion graphic*.

### 1.5.2 Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan sebagai berikut:

1. Analisis SWOT

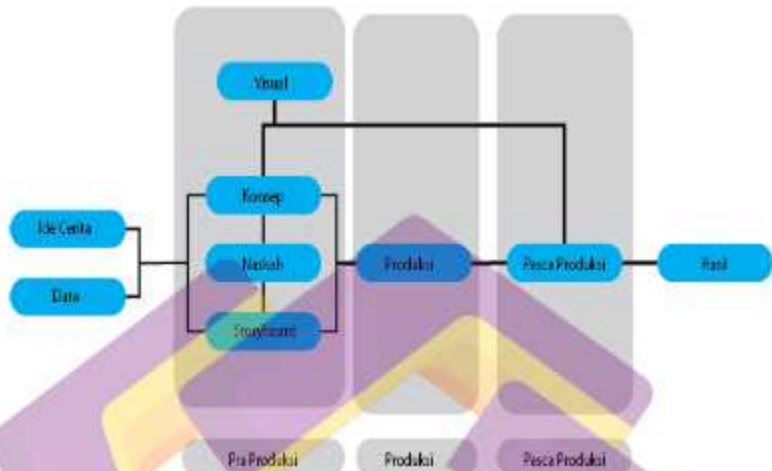
Analisis SWOT merupakan salah satu cara untuk menganalisis perencanaan strategic yang di dalamnya mempertimbangkan beberapa point, seperti *strenghts*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* agar sebuah iklan dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan.

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan analisis yang di dalamnya akan menganalisis kebutuhan informasi, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

### 1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan pada peneletian ini menggunakan metode pra produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan sebelum produksi, seperti: pencarian ide, penentuan tema, pembuatan naskah, pembuatan *storyboard* iklan.



**Gambar 1.1 Bagan Alur Perancangan**

#### 1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dengan melakukan langkah-langkah produksi yang di dalamnya terdapat proses pembuatan gambar 2D, menyusun gambar sesuai naskah, *review* hasil sementara dan dokumentasi hasil. Tahap pasca produksi, yaitu tahap dilakukannya proses *editing*, memeriksa hasil *editing* sementara, dan jika *editing* sudah sesuai dengan yang diharapkan, kemudian dilanjutkan proses *rendering* dalam format video yang diinginkan.

#### 1.5.5 Metode Testing

Metode testing yang dilakukan terhadap video iklan dengan melakukan penayangan kepada objek.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, metode analisis serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tinjauan pustaka, pengertian multimedia, *motion graphic*, tahap – tahap dalam pembuatan iklan video serta apa saja yang digunakan dalam pembuatan iklan video.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan serta tahapan pra produksi, seperti pembuatan ide cerita, tema, naskah dan *storyboard* yang digunakan untuk iklan video.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang tahapan dalam proses pembuatan iklan video CV. Andrawina Yogyakarta.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini akan diuraikan tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**