

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa ini, iklan menjadi alat komunikasi yang sangat penting bagi produsen atau perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas. Pentingnya peran iklan tersebut menjadi penyebab seseorang selalu melihat iklan di manapun dan kapanpun mereka berada, mulai dari bangun tidur, pergi ke sekolah atau bekerja, hingga kembali tidur selalu mendapati iklan. Walaupun demikian iklan adalah sumber informasi yang baik bagi para konsumen untuk mendapatkan solusi dari masalah yang mereka alami.

Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, menjadikan iklan semakin banyak variasi dalam media penyampaiannya. Dari berbagai media yang ada, salah satunya yaitu melalui televisi. Selain lebih menarik karena menayangkan iklan secara audio visual, kelebihan lain iklan televisi adalah penyampaian yang lebih cepat dan efektif karena sekarang ini hampir setiap rumah memiliki televisi dan hampir semua orang setiap hari menonton televisi.

Akibat dunia industri kreatif yang semakin berkembang pula, menjadikan teknik pembuatan iklan pada televisipun lebih bervariasi. Salah satunya *motion graphic*, *Motion graphic* merupakan kumpulan gambar, tipografi, fotografi ataupun videografi yang dianimasikan. Keunggulan dari teknik ini adalah memberikan daya tarik dan keunikan tersendiri karena mampu memvisualisasikan apa yang tidak mampu divisualisasikan oleh teknik iklan yang lain seperti *live shooting*.

Nagantour Tour & Transport (www.nagantour.com) merupakan perusahaan yang menyediakan jasa paket wisata dan sewa mobil di Yogyakarta. Selama ini dalam mengiklankan jasa dan *website* miliknya, perusahaan tersebut masih sebatas melalui media sosial saja, dan dari hasil penggunaan media sosial tersebut dinilai sulit membangun *branding* serta sulit menciptakan *awareness* (kepedulian) dari konsumen sehingga belum dapat membantu memenuhi target perusahaan. Dari informasi yang penulis dapatkan langsung dari sang pemilik, perusahaan tersebut setiap bulannya memiliki sebuah target penghasilan (informasi tidak menyebut nominal) tetapi target yang diinginkan tersebut terkadang tidak dapat tercapai. Untuk *website* sendiripun memiliki target pengunjung setiap bulannya tetapi masih belum juga tercapai secara konsisten.

Melihat latar belakang tersebut mendorong penulis untuk melakukan sebuah penelitian mengenai media promosi yang berjudul "Perancangan dan Pembuatan Iklan Nagantour Tour & Transport Yogyakarta Dengan Menggunakan Teknik *Motion Graphic*", dengan iklan ini diharapkan dapat menyebarkan informasi tentang Nagantour Tour & Transport sehingga meningkatkan keinginan masyarakat untuk menggunakan jasanya, dan dari hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan keuntungan guna tercapainya target penghasilan perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu “bagaimana membuat iklan televisi Nagantour Tour & Transport Yogyakarta dengan menggunakan teknik *motion graphic*?”.

1.3 Batasan Masalah

Merupakan tindakan untuk menentukan batasan dari masalah penelitian yang dilakukan agar ruang lingkupnya menjadi lebih jelas, fokus, dan spesifik. Maka dari itu penulis telah menetapkan batasan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Iklan dibuat dalam bentuk video menggunakan teknik *motion graphic* secara menyeluruh (*full motion graphic*) dengan durasi 30 detik.
2. Iklan ini berisikan tentang pengenalan Nagantour Tour & Transport, keunggulan yang dimiliki, serta tempat informasi dan pemesanan *online* melalui *website*: www.nagantour.com.
3. Penulis hanya membahas pada tahap produksi pembuatan iklan tidak membahas pada dampak pembuatan iklan.
4. *Software* pembuatan iklan menggunakan Adobe After Effect CS6, Adobe Premiere CS6, Adobe Illustrator CS6, dan Adobe Audition CS6.
5. Keluaran video iklan menggunakan format *file* .MP4 dengan kualitas Full HD resolusi 1280x720 px.
6. Uji coba penayangan Iklan dilakukan di stasiun televisi lokal RBTv.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian adalah sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan studi Strata 1 jurusan Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom). Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah membuat video iklan televisi menggunakan teknik *motion graphic* sehingga dapat menghasilkan sebuah media promosi menarik yang mampu memperkenalkan jasa dan *website* Nagantour Tour & Transport yaitu: www.nagantour.com, sehingga masyarakat luas mengunjungi *website* tersebut sebagai tempat mendapatkan segala informasi tentang Nagantour Tour & Transport hingga akhirnya melakukan pemesanan.

1.5 Metode Penelitian

Dalam mendapatkan informasi yang lengkap dan akurat, serta memudahkan dalam memecahkan masalah yang dihadapi dibutuhkan sebuah metode. berikut adalah metode penelitian yang digunakan oleh penulis:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, dilakukan melalui cara berikut:

a. Observasi

Merupakan cara pengambilan data dengan melakukan pengamatan langsung. Penulis mengamati secara langsung objek penelitian yaitu Nagantour Tour & Transport.

b. Wawancara

Merupakan metode yang dilakukan dengan cara tanya jawab. Tanpa wawancara penulis akan kehilangan informasi yang hanya bisa didapatkan dengan jalan bertanya langsung, dalam hal ini penulis mewawancarai *owner* Nagantour Tour & Transport.

c. Kepustakaan (*Library Research*)

Merupakan usaha untuk mengumpulkan data dengan cara membaca literatur (bahan bacaan) yang relevan atau sejenis. Disini penulis membaca berbagai buku, laporan penelitian dan juga situs web terpercaya, dimana informasi yang diperoleh digunakan untuk melengkapi data dalam penyusunan laporan penelitian.

1.5.2 Metode Analisis

Merupakan cara yang digunakan untuk menguraikan permasalahan penelitian serta membantu menangani masalah tersebut. Metode yang dipakai yaitu metode analisis SWOT dan metode analisis kebutuhan, baik kebutuhan fungsional maupun non fungsional.

1.5.3 Metode Perancangan

Merupakan cara yang digunakan dalam tahapan pertama pembuatan iklan, yaitu tahap pra produksi. Cara yang dipakai yaitu dengan menentukan konsep iklan, menentukan naskah iklan serta pembuatan *storyboard*.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan meliputi dua tahapan setelah pra-produksi selesai dikerjakan, yaitu tahap produksi dan pasca-produksi. Karena iklan menggunakan teknik *motion graphic*, dalam tahap produksi yaitu membuat dan mengumpulkan bahan berupa grafis serta pengambilan suara atau *recording*. Sedangkan tahap pasca-produksi yaitu meliputi *compositing* dan *editing*, pemberian *sound effect* serta *rendering*.

1.5.5 Metode Testing

Merupakan cara yang digunakan untuk memastikan iklan yang dihasilkan sudah baik serta telah sesuai dengan keinginan objek dengan menayangkan kepada *owner* dan memberikan kuesioner.

1.6 Sistematika Penulisan

Sebagai acuan pokok dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka dibuatlah sebuah sistematika penulisan sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

b. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan tentang tinjauan pustaka dan teori-teori dasar mengenai multimedia yang berkaitan dengan pembuatan iklan dan juga *motion graphic*.

c. **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini membahas tentang tinjauan umum dari objek penelitian, menjelaskan analisis yang digunakan terhadap masalah pada kasus yang sedang diteliti serta menjelaskan perancangan dalam pembuatan iklan.

d. **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang langkah-langkah selama produksi dan pasca-produksi dalam pembuatan video iklan, serta membahas hasil dari tahapan yang telah dilaksanakan.

e. **BAB V PENUTUP**

Bab ini menerangkan tentang kesimpulan dan juga saran yang diambil dari hasil keseluruhan kegiatan penelitian yang telah dilaksanakan, yaitu selama perancangan sampai dengan pembuatan proyek selesai.

