

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini membuat para pelaku usaha berbondong - bondong untuk memanfaatkannya dalam menyampaikan informasi mengenai barang dan jasa mereka dibidang teknologi informasi berbasis multimedia. Yang salah satunya adalah iklan, iklan merupakan salah satu bentuk aktivitas komunikasi yang penyampaian pesannya menitikberatkan dalam dua hal, pertama berfungsi untuk memberitahu atau menginformasikan (*to inform*) kepada orang lain atas produk yang dibuat, kedua merupakan upaya mempengaruhi atau membujuk (*to persuade*) orang lain (calon konsumen) supaya membeli, menggunakan produk tertentu dan atau tetap setia terhadap produk tersebut. [1]

Motion graphic merupakan teknik untuk menggerakkan *still images* sehingga objek terlihat tidak membosankan, namun terlihat lebih dinamis dan menarik. Terdapat dua metode dalam teknik ini, yakni dengan menggerakkan gambar, atau menggabungkan *sequence* gambar – gambar yang memiliki kontinuitas sehingga terlihat bergerak. Dalam pembuatannya, *motion graphic* merupakan elemen penting untuk membuat penonton tidak merasa bosan. [2]

Custom Aja merupakan perusahaan yang bergerak sebagai penyedia jasa *branding* dan *packaging* di Yogyakarta yang telah beroperasi sejak tahun

2015. Perusahaan ini terletak di alamat Jl. Pereng Kembang, 05/21 Pereng Kembang, Balecat, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Berdasarkan observasi langsung dan wawancara tidak terstruktur kepada Bapak Agus selaku pemilik Custom Aja, saat ini sudah memiliki fasilitas yang cukup lengkap dalam memasarkan jasanya seperti *website* dan media sosial. Akan tetapi belum ada media informasi berupa video pada promosi Custom Aja.

Berdasarkan keterangan di atas untuk meningkatkan informasi maka video informasi dikemas menjadi video yang dalamnya menggunakan kombinasi animasi gambar, teks dan suara yang berisi mengenai informasi alamat, jasa, prosedur pemesanan dan portofolio. Oleh karena itu, solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersebut peneliti mengangkat judul "Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Pada Custom Aja Menggunakan Teknik Motion Graphic".

1.2 Rumusan Masalah

Setelah mengkaji latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dari penelitian ini yaitu "Bagaimana Merancang dan Membuat Video Iklan Pada Custom Aja Menggunakan Teknik Motion Graphic?"

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah dalam skripsi ini adalah:

1. Pembuatan video iklan menggunakan teknik *motion graphic*.
2. Video iklan yang dibuat untuk media promosi Custom Aja.
3. Pembuatan video iklan ini menggunakan *software Adobe Illustrator, Adobe After Effect, Adobe Media Encoder dan Adobe Audition*.
4. Sasaran video iklan tersebut untuk para pelaku UMKM.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat video iklan Custom Aja sebagai media promosi yang berupa penjelasan profil dan portofolio, untuk meningkatkan jumlah *customer*.

2. Menginformasikan Custom Aja dalam bentuk video yang berdurasi 1 menit.
3. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
Setelah melakukan penelitian ini diharapkan penulis memiliki cukup pengetahuan dan pengalaman yang lebih luas terkait perancangan dan pembuatan video iklan.
2. Bagi Custom Aja
Menjadikan hasil dari penelitian ini untuk mengenalkan Custom Aja lebih dikenal masyarakat luas dan menambah jumlah *customer*.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data agar diperoleh informasi atau data yang relevan dan akurat sehingga data yang diperoleh objektif sebagai sumber untuk menyusun laporan, penulis menggunakan metode pengumpulan data:

1. Metode Observasi
Penulis melakukan pengamatan secara langsung proses kerja yang sedang dilakukan di kantor Custom Aja.
2. Metode Wawancara
Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara terhadap sumber informasi yang dapat dipercaya yaitu CEO dari Custom Aja Bapak Agus Susanto.
3. Metode Kepustakaan
Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi secara akurat.

1.6.2 Metode Analisis

Adapun metode yang digunakan untuk menganalisis yaitu metode analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan suatu kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor *internal* (dalam) dan faktor *eksternal* (luar) yaitu *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*.

1.6.3 Metode Pengembangan

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap di mana pembuat video mempelajari pembuatan konsep cerita dan *storyboard* sebelum video ini di produksi.

2. Produksi

Tahap produksi adalah tahap menyatukan seluruh komponen hasil produksi. Tahap ini meliputi beberapa kegiatan diantaranya, *editing, visualisasi dan dubbing*.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap terakhir yaitu proses *rendering*. Tahap ini adalah memfinalisasikan semua *object wireframe* dan partikel menjadi gambar yang dapat dinikmati.

1.6.4 Tahap Uji Coba

Pada tahap ini penulis akan melakukan uji coba apakah penelitian dilakukan sesuai dengan yang direncanakan dan apakah sudah layak untuk digunakan. Dalam hal ini penulis akan menggunakan skala *likert*.

1.7 Sistem Penulisan

Sistematika penulisan berisi uraian singkat setiap bab bertujuan untuk mempermudah dalam penulisan dan penyusunan skripsi. Adapun sistematika dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, Pada bab 1 pendahuluan ini penulis akan membahas mengenai latar belakang masalah yang ditemukan penulis, rumusan masalah,

batasan-batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, dan dasar-dasar teori yang akan dipergunakan sebagai landasan penelitian yang dilakukan penulis dan pembuatan iklan untuk media promosi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN, Pada bab ini penulis menjelaskan analisis-kebutuhan dan perancangan sistem yang berdasarkan penelitian-penelitian serta teori-teori yang dikemukakan sebelumnya.

BAB IV PEMBAHASAN, Bab ini menjelaskan mengenai uraian-uraian dalam pembuatan video iklan untuk media promosi.

BAB V PENUTUP, Pada bab penutup adalah bab akhir dalam skripsi yang ditulis penulis. Berisi mengenai kesimpulan-kesimpulan yang dapat dari penelitian dan perancangan video iklan serta saran-saran agar dapat mengembangkan penelitian sehingga lebih baik kedepannya.

