

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Sebagai salah satu Organisasi ekstra kampus di Universitas Amikom Yogyakarta, Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) perlu melakukan promosi untuk menjangkau lebih banyak mahasiswa agar tertarik bergabung ke PMII ataupun untuk mengenalkan PMII kepada masyarakat secara umum. Untuk media promosi PMII Amikom Yogyakarta, media penyampaian informasi saat ini masih menggunakan media promosi berupa gambar. Walaupun PMII Amikom juga sudah mempunyai akun media sosial seperti Instagram dan Facebook, namun konten dari akun media sosial tersebut masih berupa artikel maupun gambar saja dalam melakukan kegiatan promosi.

Ketua PMII Amikom Yogyakarta menyatakan bahwa saat ini konten promosi yang dimiliki organisasi tersebut terutama pada media sosial Instagram masih berupa konten gambar maupun tulisan yang statis sehingga memerlukan konten promosi lain yang dapat menyajikan informasi yang lebih lengkap dan menarik sehingga diharapkan dapat menambah jumlah followers pada akun Instagram PMII Amikom. Dengan penyajian informasi yang lebih lengkap dan menarik, maka audience akan lebih mudah dalam memahami dan mengenal PMII Amikom Yogyakarta [1].

Perkembangan ilmu dan teknologi mempermudah suatu individu atau kelompok dalam menyampaikan suatu informasi. Salah satunya yaitu motion graphic. Motion Graphic merupakan alternatif tayangan video yang kini marak digunakan di berbagai media, baik di televisi, internet, bahkan dalam presentasi

perusahaan maupun dalam dunia Pendidikan. Pemanfaatan motion graphic dalam dunia penyampaian informasi dianggap dapat memberikan daya tarik tersendiri[2].

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis dan pihak PMII Amikom Yogyakarta telah berdiskusi dan akan membuat sebuah media promosi yang menggunakan teknik motion graphic. Hasil dari pembuatan video ini kemudian akan *diupload* di akun *Instagram* PMII Amikom pada fitur *Instagram TV*

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu bagaimana cara merancang dan membuat video promosi PMII Amikom Yogyakarta menggunakan teknik motion graphic yang dapat menyajikan informasi secara lengkap dan menarik.

### **1.3 Batasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari penyimpangan atau pelebaran pokok masalah, maka dalam penelitian ini dibuat beberapa asumsi agar pembahasan menjadi lebih terarah, dan pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Objek penelitian yaitu PMII Amikom Yogyakarta.
2. Video promosi ini dibuat dalam bentuk animasi dengan menggunakan teknik motion graphic.
3. Target durasi dari video ini kurang lebih 2 menit.
4. Perangkat lunak yang digunakan adalah Adobe After Effect CC

2019, Adobe Illustrator CC 2019, Adobe Audition CC 2019 dan Adobe Media Encoder CC 2019.

5. Video ini dikemas dalam format file .mp4 dengan kualitas Full HD 1080p resolusi 1920x1080p.
6. Video ini akan dipublikasikan melalui fitur IG TV Instagram PMII Amikom.

#### **1.4 Maksud Dan Tujuan**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memberikan konten baru dalam promosi organisasi PMII Amikom Yogyakarta.

Tujuan dari Penelitian ini adalah:

1. Membuat video promosi PMII Amikom Yogyakarta menggunakan teknik motion graphic.
2. Memberikan informasi secara lengkap dan menarik.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yaitu:

##### **1.5.1 Bagi Pihak Objek**

Diperoleh sebuah video yang dapat digunakan sebagai konten promosi bagi organisasi PMII Amikom Yogyakarta.

##### **1.5.2 Bagi Peneliti**

Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh dari perkuliahan serta ilmu dan pengetahuan baru yang tidak diperoleh dari perkuliahan.

### **1.5.3 Bagi Universitas Amikom**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

## **1.6 Metode Penelitian**

Sebagai penunjang keakuratan dalam melakukan penelitian ini, maka penulis menggunakan metode, diantaranya yaitu:

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Metode Observasi**

Observasi merupakan proses pengamatan terlebih dahulu. Pengamatan ini bersifat sistematis, logis, objektif, dan rasional terhadap banyak fenomena situasi yang sesungguhnya ataupun situasi buatan. Observasi adalah teknik untuk mengumpulkan data dengan ciri-ciri yang spesifik apabila dibandingkan dengan teknik lainnya seperti wawancara dan kuesioner [3].

#### **2. Metode Wawancara**

Metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara secara langsung dengan ketua dan anggota PMII Amikom Yogyakarta. Wawancara yang dilakukan secara langsung memiliki beberapa keuntungan yaitu pewawancara dapat meningkatkan kerjasama dengan responden serta memungkinkan mendapatkan klarifikasi secepatnya dari responden tersebut [3].

### **1.6.2 Metode Analisis**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis SWOT yang terdiri dari Strengths (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang), dan Threats (Ancaman) yang

digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki oleh objek serta kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi. Tidak hanya itu, untuk menunjang produk yang akan dibangun, penulis juga menggunakan analisis kebutuhan fungsional yang berisi informasi tentang proses-proses apa saja yang dilakukan dalam pembuatan video iklan sebagai media promosi dalam penelitian ini. Dan kebutuhan non fungsional yang berisi tentang hardware (perangkat keras) dan software (perangkat lunak) yang digunakan, serta kebutuhan brainware (sumber daya manusia).

#### **1.6.3 Metode Perancangan**

Metode perancangan video promosi ini dilakukan dengan menerapkan sistem produksi multimedia, yaitu:

1. Pra Produksi (Tema, Naskah, dan Storyboard ).
2. Produksi ( Pembuatan aset, desain dan penganimasian).
3. Pasca Produksi ( Compositing, Editing dan Rendering).

#### **1.6.4 Metode Evaluasi**

Pengujian video promosi ini dilakukan dengan melakukan tinjauan kembali, apakah sudah sesuai dengan konsep yang direncanakan. Pada tahap evaluasi, penulis menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik yang diterapkan pada video iklan PMII Amikom Yogyakarta sehingga visualisasi informasi bisa dipahami oleh audience.

#### **1.6.5 Metode Testing**

Metode testing yang digunakan yaitu Black Bock testing dan kuesioner dengan menggunakan perhitungan skala likert.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ialah sebagai berikut:

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab pertama berisi tentang gambaran umum penelitian yaitu, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

#### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Bab kedua berisi kumpulan teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi dan menjelaskan tentang teknologi apa saja yang digunakan dalam pembuatan video animasi motion graphic.

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

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan, termasuk tentang objek penelitian, pengumpulan data dan analisis masalah serta tahap pra produksi.

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

Bab keempat berisikan tentang tahap produksi, termasuk pengambilan gambar, proses editing, compositing, rendering, testing, dan implementasi.

#### **BAB V. PENUTUP**

Bab terakhir menjelaskan tentang garis besar atau kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi skripsi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam

pembuatan skripsi.

## LAMPIRAN

