

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini telah dimanfaatkan dalam berbagai macam media, salah satunya adalah penggunaan internet sebagai media pemasaran online. Kehadiran teknologi menjadikan media iklan semakin beragam mulai dari iklan media cetak hingga iklan berbentuk visual video. Berbagai media iklan yang banyak beredar dimasyarakat sebenarnya mempunyai nilai positif untuk suatu lembaga ataupun produk, agar dapat memilih media iklan yang tepat sasaran sehingga media tersebut dapat menyampaikan informasi secara maksimal kepada masyarakat [1].

Media promosi merupakan alat yang digunakan untuk memperkenalkan/menawarkan suatu jasa, produk, ataupun perusahaan agar lebih terkenal oleh masyarakat. Zaman dahulu, belum ada teknologi informasi yang canggih seperti saat ini, promosi dilakukan dengan cara melalui omongan berita. Seiring perkembangan zaman, mulai bermunculan media promosi seperti koran, poster, majalah, booklet, kartu nama, spanduk, banner, pamflet, billboard, iklan TV, radio dll. Media-media tersebut cukup berguna untuk digunakan sebagai media promosi, namun tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Maka dari itu marak lah media promosi berbasis motion graphic di era yang serba modern ini. *Motion graphic* adalah media visual yang menggabungkan antara desain grafis dan film dengan memasukan beberapa elemen dasar yang berbeda seperti objek 2D, objek 3D, animasi, ilustrasi, fotografi, video, musik, dan tipografi [2].

Motion Graphic Design adalah sebuah subset dari Multimedia yang menggunakan elemen grafis dan prinsip-prinsip desain grafis dalam konteks pembuatan film atau produksi video melalui animasi atau teknik perfilman lainnya (Fajri dkk, 2018). *Motion graphic* atau infografis animasi adalah salah satu jenis infografis yang populer untuk membuat iklan layanan masyarakat.

Motion graphic terdiri dari elemen visual seperti garis, titik, bentuk dan ruang dicampur dengan ide-ide visual dalam irama, emphasis, dan kontras lalu dikombinasikan dengan suara dan *motion* (gerakan) [3].

Saat ini, infografis dalam bentuk animasi atau *motion graphic* sedang berkembang pesat dikarenakan perkembangan perangkat lunak desain. Selain itu, perpaduan audio dan animasi membuat informasi menjadi lebih menarik bagi para audiens. Berdasarkan hasil survei dari penelitian terkait, *motion graphic* 78% diminati oleh masyarakat [4].

Motion graphic sering kali dekat dengan suatu brand yang menggunakan animasi *motion graphic* untuk brand awareness dan media promosi. Ketentuan-ketentuan sebuah brand akan menjadi acuan utama dalam melakukan perancangan *motion graphic*, seperti *tone & manner*, dan *mandatory* lainnya. *Motion graphic* juga sangat dekat sekali dengan visual efek yang merupakan bumbu penyegar untuk elemen visual dari *motion graphic* tersebut. Sering kali *motion graphic* akan membuat brand terlihat lebih menarik dan memberikan impresi sendiri kepada penonton. Hal ini akan memberikan sentuhan tersendiri pengenalan hingga penjualan suatu brand kepada target audiens [5].

Peneliti bermaksud memanfaatkan *motion graphic* sebagai media pemasaran (iklan) pada Sagata craft. Sagata Craft adalah produsen aneka kerajinan dan souvenir dengan produk yang dihasilkan seperti Tas Kulit Sapi Asli Handmade, Tas Kombinasi Kanvas, Pouch, Waistbag, Agenda, Lanyard, Tumbler, Payung, Laptop Case, Totebag, Backpack, Ikat Pinggang, Dompot, Block Note, Ballpoint, dan berbagai produk custom yang dapat disesuaikan dengan segala kebutuhan. Alasan peneliti memilih Sagata Craft sebagai objek penelitian adalah karena Sagata Craft merupakan produsen yang sedang berkembang sehingga memerlukan media pemasaran yang lebih menarik seperti iklan menggunakan *motion graphic* [6].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Perancangan Iklan Sagata Craft Menggunakan Motion Graphic .

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah batasan-batasan dari kegiatan tugas akhir. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Iklan ini dibuat untuk Sagata Craft sebagai media promosi dalam bentuk Video dengan durasi kurang lebih 1 menit
2. Teknik yang dibuat menggunakan motion graphic dengan menghighlight product dari Sagata Craft.
3. MP4

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah merancang iklan *motion graphic*.
2. Untuk dapat membantu Sagata Craft membuat iklan dalam bentuk video menggunakan teknik *motion graphic*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari tujuan penelitian ini, dari penulis maupun intansi sebagai beriku:

1.5.1 Manfaat bagi penulis

1. Mampu menerapkan ilmu yang didapat selama menempuh perkuliahan pada bidang Teknologi Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta, dengan menggunakan aplikasi Adobe After Effect dan juga Adobe Premiere.
2. Dapat Menyusun naskah sebagai syarat untuk menempuh kelulusan dan menyelesaikan Pendidikan S1 Jurusan Teknologi Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Manfaat Bagi Instansi

1. Sebagai salah satu media promosi dan juga informasi pada Sagata Craft
2. Untuk membantu pemasaran Sagata Craft kepada masyarakat

1.5 Sistematisa Penulisan

Pada metode penelitian ini, penulis memilih metode penelitian deskriptif, yaitu mendeskripsikan atau menjelaskan kepada objek penelitian data-data yang telah dikumpulkan.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, beberapa metode yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. **Observasi**
Metode Observasi untuk mengumpulkan data yang valid dan mendapatkan kesimpulan mengenai objek yang akan diamati dengan langsung mengunjungi objek yaitu Sagata Craft yang beralamat di Jalan Jupiter Nomor 646, RT.06 RW.13 Candiwinangun, Sardonoharjo Daerah Istimewa Yogyakarta, 55581
2. **Wawancara**
Metode Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan kepada pemilik Sagata Craft, pertanyaan pertanyaan yang dijawab oleh pemilik Sagata Craft akan diambil dengan tujuan untuk menilai dan mempertimbangkan penerapan pada pembuatan video iklan nantinya.
3. **Studi Pustaka**
Metode Studi Pustaka salah satu metode yang digunakan oleh penulis untuk mencari data dan informasi yang dibutuhkan dengan cara mencari melalui dokumen *e-book* (buku elektronik) yang berasal dari sumber-sumber yang kredibel untuk dijadikan referensi.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan dan pembuatan ini digunakan dalam proses pembuatan video iklan mempunyai tahapan, yaitu :

a. **Pra Produksi**

Tahap pra produksi adalah tahap pencarian data oleh penulis, pada tahap ini akan terdapat ide iklan, rancangan naskah iklan, dan rancangan *storyboard*

b. **Produksi**

Pada tahap produksi ini penulis akan melakukan foto product, pengumpulan bahan grafis, dan audio

c. **Pasca Produksi**

Tahap pasca produksi ini adalah tahapan terakhir yang dilakukan oleh penulis pada pembuatan video iklan yaitu melakukan *editing, animasi motion graphic, compositing, dan rendering*

1.6.3 Metode Evaluasi

Metode evaluasi ini dilakukan setelah perancangan dan pembuatan video iklan selesai, selanjutnya akan dilakukan evaluasi menggunakan skala likert untuk mengetahui pendapat, dan persepsi dari seseorang.

1.6.4 Metode Implementasi

Metode Implementasi ini dilakukan ketika evaluasi sudah selesai dilakukan, maka selanjutnya akan menggunakan metode implementasi yaitu hasil dari pembuatan video iklan yang telah selesai akan diunggah dan ditampilkan oleh Sagata Craft pada akun sosial media yang dimilikinya.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dengan sistematika yang akan diuraikan di bawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan permasalahan, batasan permasalahan, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penyajian dalam penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan referensi yang relevan dengan topik Tugas Akhir yang dapat menjadi pedoman dalam penelitian. Bab ini juga berisi tinjauan pustaka yang relevan dengan penelitian ini berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan analisis serta perancangan yang dilakukan pada penelitian Tugas Akhir ini. Di bagian analisis akan dijelaskan tentang metode yang digunakan, sedangkan pada bagian perancangan akan menjelaskan apa saja yang akan dilakukan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjabaran mengenai langkah-langkah pembuatan iklan sesuai dengan tahapan yang telah dijelaskan pada bab III.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukan apakah sudah sesuai dengan yang diharapkan dan memberi saran untuk digunakan pada penelitian selanjutnya.