

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan seni animasi di zaman sekarang ini saat tinggi. mulai dari hiburan, perfilman, periklanan serta beberapa aspek kehidupan lainnya. dari tahun ke tahun kebutuhan pasar akan animasi juga semakin meningkat karena mampu memberikan kesan visual yang berbeda dibandingkan dengan media non animasi visual lainnya. tidak dipungkiri bahwa perkembangan animasi di Indonesia saat ini sudah menuju ke arah yang lebih baik. semakin banyak produk animasi dalam berbagai bentuk yang di produksi oleh anak negeri dapat kita lihat di berbagai media.

Motion Graphic adalah penggabungan dari Seni Desain Graphics, Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan teknik Animasi. Motion Graphics terdiri dari dua kata, Motion yang berarti Gerak dan Graphics atau yang sering kita kenal dengan istilah Grafis. Dari asal muasal pengertian dua kata tersebut, bisa dikatakan bahwa Motion Graphics, juga dapat disebut dengan istilah Grafis Gerak. Motion Graphics dikerjakan dengan cara menyusun gambar secara berurutan hingga menjadi satu kesatuan. Gambar-gambar yang disusun tersebut, telah dimanipulasi sedemikian rupa sehingga ketika tersusun menjadi satu kesatuan, gambar-gambar tersebut menampilkan ilusi pergerakan.[1]

Kemampuan sebuah iklan untuk dapat menarik perhatian khalayak merupakan hal yang sangat penting. daya tarik visual tentunya juga menjadi andalan

para pembuat iklan untuk menarik perhatian khalayak, melihat, hingga, mengingat iklan yang ditayangkan. dibandingkan dengan kata-kata, unsur visual dikatakan mampu melakukan beberapa peran tertentu dengan baik. dalam *advertising*, penerapan visual yang efektif dapat dikaitkan dengan sejumlah dampak. Pertama, visual umumnya mampu menarik perhatian lebih dan mempertahankan perhatian. Kedua, visual lebih mudah diingat dan melekat dalam memori seseorang. Ketiga, visual dapat memperkuat keyakinan dan menambah kredibilitas. Keempat, penuturan visual membangkitkan kisah lebih menarik. Selanjutnya, visual dapat mengkomunikasikan lebih cepat daripada tulisan. Terakhir, asosiasi visual dapat mengaitkan produk dengan gaya hidup atau tipe pengguna. [2]

Rengginang bule bang madun merupakan suatu industri kecil yang menjual jajanan tempo dulu atau tradisional yang dikemas secara modern. selain itu rengginang bule bang madun juga menjual berbagai macam minuman dengan berbagai rasa tentunya sudah dikemas secara kekinian juga.

Berdasarkan peninjauan yang dilakukan pada objek penelitian ini, penulis melihat bahwa selama ini produk Rengginang bule bang madun pengiklanannya hanya sebatas pada foto-foto produk di media sosial dan mulut ke mulut. Iklan berupa foto yang di buat Rengginang bule bang madun kurang dapat mendeskripsikan produk dengan jelas dan kurang menarik sehingga konsumen tidak dapat mengetahui produk-produk yang di jual dengan jelas sehingga dalam penjualan dan promosi produk dirasa belum optimal, oleh karena itu peneliti ingin membantu dengan cara membuat video promosi disosial media agar pengiklanan

produk Rengginang bule bang madun lebih optimal. oleh sebab itu peneliti ingin membantu dengan cara membuat video promosi *motion graphic* di sosial media agar pengiklanan produk Rengginang bule bang madun lebih optimal. karena cara mempromosikan sebelumnya dirasa kurang menjelaskan isi dari produk yang ingin mereka jual, cara memesan dan cara menemukan rengginang bule bang madun, berdasarkan masalah yang ada penulis ingin membuat video promosi dengan teknik *motion graphic* yang berisi atau menjelaskan tentang isi dari produk rengginang bule bang madun tentang apa saja yang ingin mereka jual, cara memesan, cara menemukan serta alamat akan dijelaskan di dalam video promosi *motion graphic*. hal ini diharapkan dapat membantu mempromosikan dan penjualan agar lebih optimal lagi sehingga semakin dapat dikenal oleh banyak orang .

Dengan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Implementasi Video Motion Graphic Pada Rengginang Bule Bang Madun Sebagai Media Promosi di Sosial Media**" sehingga dapat meningkatkan penjualan produk Rengginang bule bang madun.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu "Bagaimana membuat video promosi Rengginang bule bang madun sebagai media promosi dengan menggunakan teknik *Motion Graphic*?"

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian ini hanya sebatas pada :

1. Video promosi Rengginang bule bang madun ini dibuat dengan penerapan teknik *Motion graphic*
2. Video promosi berisi tentang informasi produk
3. Tahapan penelitian sampai penyerahan video promosi motion graphic ini kepada pemilik usaha Rengginang bule bang madun.
4. Hasil video tersebut akan ditayangkan di sosial media instagram
5. Software yang digunakan adalah Adobe After Effect CC 2021, Adobe Photoshop CC 2021, Adobe Premiere Pro CC 2021

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mempromosikan Rengginang bule bang madun kepada masyarakat luas melalui video promosi di social media
2. Membuat video promosi rengginang bule bang madun di social media dengan menggunakan teknik *Motion Graphic*.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang ingin dicapai dalam pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi peneliti :
 - a. Dapat menambah pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut perancangan video promosi.
 - b. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program SI Sistem informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Manfaat bagi Rengginang bule bang madun :
 - a. Untuk membantu mempromosikan usaha kuliner Rengginang bule bang madun ini agar lebih dikenal oleh banyak orang.
 - b. Menambah media promosi pada Rengginang bule bang madun.

1.6 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif yaitu studi kasus. penulis menggunakan data primer yang dilakukan dengan memperoleh data yang dikumpulkan dari objek, kemudian ditambah dengan referensi yang berasal dari buku-buku, jurnal, internet serta contoh penulisan skripsi lainnya yang berkaitan dengan rancangan pembuatan video promosi yang ingin dibuat.

Metode penelitian ini dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan buktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.[3]

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan lapangan secara langsung terhadap objek penelitian yaitu Rengginang bule bang madun.

2. Metode wawancara

Peneliti melakukan Tanya jawab langsung kepada pemilik Rengginang bule bang madun berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Rengginang bule bang madun untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisis penelitian

3. Metode Studi literatur

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan dokumen-dokumen sebagai sumber referensi seperti buku,artikel dan literatur-literatur tugas akhir dari sumber yang valid dan terpercaya yang berkaitan dengan video promosi motion graphic.

1.6.2 Metode Analisis

Mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan dalam video promosi sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikan serta membahas kebutuhan software dan hardware yang digunakan dalam penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

Merupakan tahapan awal dalam pembuatan video promosi dengan menggunakan teknik *motion graphic*.perancangan motion graphic dapat menggunakan standar produksi yang didalamnya terdapat beberapa tahapan seperti pra produksi,produksi dan pasca produksi.urutannya sebagai berikut :

1. Pra Produksi

Merupakan metode dimana segala kegiatan yang berhubungan dengan persiapan sebelum melakukan produksi seperti : perancangan ,konsep,naskah ,storyboard.

2. Produksi

Tahap ini merupakan tahapan pembuatan promosi serta pengimplementasian *motion graphic* pada video promosi sesuai dengan konsep dan naskah yang telah dibuat.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana dilakukan proses editing terhadap file hasil produksi.pada tahap ini akan dilakukan pengkomposisian file hasil produksi,*motion graphic*, dan proses editing dengan sound yang kemudian akan dijadikan file video sehingga dapat dimainkan pada software video player.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai isi dari skripsi ini,maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Di dalam bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka dan teori teori yang digunakan untuk penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Di dalam bab ini menguraikan tentang pra produksi meliputi naskah, storyboard, serta tema pada implementasi teknik motion graphic pada video promosi Usaha Rengginang bule bang madun.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini menguraikan tentang proses produksi dan proses pasca produksi dalam implementasi video promosi motion graphic.

BAB V PENUTUP

Di dalam bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan hasil penelitian yang berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah di buat.