

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini banyak iklan yang dibuat dalam bentuk video promosi. Dengan ide dan gagasan yang unik, serta perancangan yang sistematis membuat suatu video promosi dapat menjadi sangat menarik. Video promosi yang unik dapat menimbulkan efek positif bagi perusahaan atau instansi pembuat video promosi tersebut. Sebab semakin tinggi tingkat ketertarikan konsumen terhadap video promosi yang dibuat maka akan berbanding lurus dengan ketertarikan konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan sang pembuat iklan tersebut [1].

Banyak teknik yang dapat digunakan untuk memproduksi sebuah video promosi salah satunya adalah *Motion graphic*. *Motion graphic* merupakan satu kesatuan *assets* grafis yang dianimasikan [2]. Saat ini video promosi yang dibuat menggunakan *motion graphic* cukup diminati. Karena jika diimplematikan dengan tepat maka akan mempermudah konsumen untuk menangkap pesan yang akan disampaikan dalam konten tersebut.

Konten video merupakan konten yang paling banyak diakses oleh pengguna internet. Hal ini terlihat dari kedudukan youtube yang menjadi nomer dua setelah google pada website yang paling sering diakses [3]. Youtube sendiri merupakan website sharing video diaman semua pengguna yang memiliki akun dapat berbagi video dan mendapat *like*, *comment*, dan *subscribe* oleh pengguna lain [4].

Konten Video juga dapat dibuat menjadi media penyampaian informasi yang efektif. Dengan menggunakan teknik *motion graphic* sebagai sarana memaksimalkan publikasi pada online shop Thebunny maka penyampaian informasi akan lebih mudah untuk diterima oleh masyarakat. Peneliti bermaksud mempromosikan tentang Thebunny menggunakan konten video dengan teknik

motion graphic yang mengangkat judul **“PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI PADA ONLINE SHOP THEBUNNY MENGGUNAKAN TEKNIK *MOTION GRAPHIC*.”**

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melakukan pengkajian pada latar belakang permasalahan yang dihadapi maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut **“Bagaimana PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI PADA ONLINE SHOP THEBUNNY MENGGUNAKAN TEKNIK *MOTION GRAPHIC* ?”**.

1.3 Batasan Masalah

Adapun hal-hal mengenai batasan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Video berdurasi yang ditampilkan ialah 40 detik dengan rincian 40 detik untuk *intro* berupa item produk baru yang akan di launching
2. Video dirancang dengan bentuk 2 dimensi.
3. Informasi yang disampaikan mengenai produk baru yang akan di pasarkan
4. Video menggunakan teknik *motion graphic*.
5. Perangkat lunak atau *software* yang digunakan yaitu Adobe After Effect CC 2019, Adobe Photoshop CC-2018, dan Adobe Premier Pro CC 2018
6. Format video yang digunakan adalah .mp4 dengan resolusi HD 1920 x 1080 *pixels*.
7. Peneliti hanya membuat seperti permintaan dari pihak Thebunny selaku objek penelitian.

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari dilakukanya penelitian dengan judul **“PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI PADA ONLINE SHOP THEBUNNY MENGGUNAKAN TEKNIK *MOTION GRAPHIC*”** ini adalah sebagai berikut:

1. Maksud dari penelitian ini ialah membuat video dengan bentuk 2 dimensi menginformasikan produk terbaru Thebunny.
2. Menerapkan teknik *motion graphic* pada video yang diproduksi sebagai media informasi atau promosi pada online shop Thebunny.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Tujuan dari diadaknaya penelitian ini adalah merancang video berbentuk 2 dimensi yang menggunakan teknik *motion graphic* didalamnya.
2. Membantu objek penelitain yang dalam hal ini adalah online shop Thebunny memaksimalkan publikasi.
3. Sebagai salah satu syarat wajib yang harus dipenuhi untuk meraih gelar Strata 1 yang ditempuh di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu media yang memperkenalkan online shop yaitu Thebunny kepada masyarakat umum. Untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan.

1.5.1 Bagi Penulis

1. Dapat memberikan pengetahuan tambahan sekaligus meperdalam pengetahuan atas teori yang telah diajarkan khususnya yang berkaitan dengan *motion graphic*.
2. Dapat melakukan penyusunan skripsi sebagai syarat untuk meraih gelar Strata 1 dengan jurusan Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Bagi Thebunny

1. Memperkenalkan online shop Thebunny kepada masyarakat umum.
2. Mengoptimalkan media publikasi dan promosi.

1.5.3 Bagi Masyarakat Umum

1. Memberi informasi kepada masyarakat umum tentang online shop Thebunny.
2. Membantu masyarakat tau tentang produk Thebunny

1.5.4 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

1. Dokumentasi karya ilmiah berupa Skripsi, dibidang Multimedia.
2. Refernsi bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan karya ilmiah berupa Skripsi.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian dilakukan demi memperoleh kebenaran yang menjadi manifesasi keinginan manusia untuk mengetahui apa yang sedang dihadapinya dengan berdasarkan pada analisis dan konstruksi yang sistematis [5].

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan suatu penelitian. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian kali ini sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Kegiatan observasi beragam video-video yang menggunakan teknik *motion graphic* didalamnya, dengan tujuan sebagai bahan referensi yang nantinya akan bermanfaat dalam penelitian. Metode ini dilakuakn di *Resource Center* Amikom Yogyakarta dan di Youtube.

2. Metode Wawancara

Metode ini digunakan sebagai bagian dari penggalian informasi yang mendukung berjalanya penelitian, Metode wawancara dilakukan pada bulan Juli – September 2020 dilokasi online shop Thebunny dengan bukti akan keaslian data dari rekaman suara yang telah di ambil pada sesi wawancara. Adapun yang berperan sebagai narasumber berasal dari Thebunny yaitu Dewi Giri selaku CEO.

3. *Study Literatur*

metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai media seperti internet, jurnal, skripsi dan buku-buku yang berkaitan dengan tema penelitian sebagai bahan referensi dan panduan untuk membuat video promosi yang menggunakan teknik *motion graphic* didalamnya. Metode ini dilakukan di *Resource Center* Amikom Yogyakarta.

4. **Dokumentsi**

Dokumentasi dilakukan dengan maksud agar peneliti dapat mengumpulkan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen yang terkait, baik gambar, dokumen tertulis maupun dokumen elektronik.

1.6.2 **Metode Analisis**

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT yang merupakan kepanjangan dari *straight, Weakness, Oppertunities* dan *Threats*.

1.6.3 **Metode Perancangan**

Secara umum dikenal 5 tahapan dalam produksi konten kreatif yaitu *development, pra produksi, produksi, dan pasca produksi* [6]. Peneliti memilih salah satu tahapan untuk perancangan dan pembuatan iklan sebagai media promosi pada Thebunny dan tahapan tersebut adalah tahapan pra produksi.

1.6.3.1 **Pra produksi**

Tahapan ini berisi tentang pembuatan secara nyata yang didalamnya mencakup semua proses yang dibutuhkan dalam pembuatan video promosi. Hal pertama yang harus dikerjakan ialah pembuatan ide cerita, perancangan konsep, pembuatan naskah, *design* karakter serta merancang *storyboard*.

1.6.4 **Metode pengembangan**

pada metode ini penulis melakukan tahapan produksi dimana setelah tahapan ini selesai maka akan dilanjutkan oleh tahapan selanjutnya yaitu tahapan pasca produksi.

1.6.4.1 Produksi

Tahapan Produksi adalah periode selama video promosi diproduksi secara komersial. Tahapan yang harus ditempuh dalam produksi yaitu tahap Visualisasi, *pengambilan Foto* dan *Editing* tahapan-tahapan ini telah ditentukan pada proses perencanaan sebelumnya.

1.6.4.2 Paska Produksi

Tahapan ini merupakan tahapan yang harus ditempuh setelah video promosi telah diproduksi secara nyata. Tahapan ini berupa *Composing*, *Editing*, dan *Rendering*.

1.7 Implementasi

Penerapan video promosi langsung pada media sosial Thebunny serta akan dilakukan proses pemasangan iklan menggunakan instagram ads untuk menarik kunjungan dari pengguna instagram.

1.8 Evaluasi

Proses yang bertujuan menilai sesuatu yang didasarkan pada kriteria atau tujuan yang telah ditetapkan. Pada tahap ini peneliti menyebar kuisioner pada masyarakat, anak muda, dan staff Thebunny guna mengetahui kelayakan pada video promosi yang telah selesai dibuat.

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode yang dipilih dalam penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori yang terdiri dari pengertian maupun definisi yang dikutip baik dari jurnal maupun bukuyang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Analisis kelayakan video promosi yang dibuat serta penjelasan tentang storyboard dan analisis pra produksi dibahas pada bab ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini langkah produksi hingga tahap paska produksi untuk pembuatan video promosi diuraikan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan serta saran dari permasalahan yang menjadi topik pengerjaan skripsi ini.