

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Promosi merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha guna memberikan informasi kepada calon pembeli. Tujuan promosi adalah agar lebih banyak orang yang mengenal produk yang dipasarkan. Kemudian setelah banyak dikenal orang maka hasil penjualan akan meningkat [1]. Agar tujuan tersebut tercapai maka diperlukan sejumlah informasi penting mengenai produk seperti alamat, keunggulan produk, dan nomor kontak yang dikemas dalam bentuk yang dapat menambah daya tarik calon pembeli.

Rachacha Thai Tea Kajen merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner minuman cepat saji yang berdiri pada Juni 2022 bertempat di kota Pekalongan provinsi Jawa Tengah. Rachacha Thai Tea Kajen menawarkan produk minuman berbasis Thai Tea dengan harga yang terjangkau. Saat ini, Rachacha Thai Tea Kajen mempunyai akun media sosial instagram dan hanya menggunakan foto dan gambar saja sebagai media promosi. Dengan terbatasnya informasi yang didapat melalui foto dan gambar, maka diperlukan inovasi dalam melakukan promosi di media sosial agar lebih banyak informasi yang diterima hanya dalam satu postingan. Menggunakan video sebagai media promosi dapat memberikan informasi yang lebih banyak dan juga dapat menyampaikan informasi dengan tambahan gambar – gambar yang atraktif maupun tambahan musik agar dapat menarik calon pembeli.

Penulis mengusulkan adanya penggunaan video animasi 2D dengan teknik

Motion Graphic dan *3D layer* sebagai inovasi dalam mempromosikan produk di instagram. Menggunakan video animasi 2D dapat membuat calon pembeli melirik produk Rachacha Thai Tea Kaje dan menelusuri produk – produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Perancangan Video Promosi Rachacha Thai Tea Kaje Menggunakan Teknik *Motion Graphic* dan *3D layer*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana merancang video promosi Rachacha Thai Tea Kaje menggunakan teknik *motion graphic* dan *3d layer* agar dapat menjadi video yang layak digunakan sebagai media promosi”.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan:

1. Software yang digunakan dalam pembuatan film animasi ini adalah *Adobe After Effects CC 2019*, *Adobe Premiere Pro CC 2019* dan *Corel Draw 2020*.
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video promosi meliputi *Motion Graphic* dan *3D layer*.
3. Video promosi akan digunakan sebagai konten promosi dan informasi Rachacha Thai Tea Kaje pada akun media sosial instagram @rachaca.kaje.

4. Hasil video berupa mp4 H264 berdurasi 60 detik dengan rasio video 9:16.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menambah variasi dalam promosi Rachacha Thai Tea Kajen.
2. Membuat video promosi mengenai informasi produk Rachacha Thai Tea Kajen untuk menarik minat calon pembeli.
3. Meningkatkan penjualan pada Rachacha Thai Tea Kajen.

1.5 Manfaat Penelitian

Produk dapat dikenal oleh lebih banyak orang sehingga dapat meningkatkan penjualan Rachacha Thai Tea Kajen.

1. Objek Penelitian

Video promosi yang dibuat diharapkan dapat meningkatkan penjualan Rachacha Thai Tea Kajen.

2. Penulis

Penulis dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama kuliah.

3. Masyarakat umum

Masyarakat mendapatkan informasi Rachacha Thai Tea Kajen dengan informasi yang lebih lengkap.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang diperlukan, penulis melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Dalam metode ini, penulis menggunakan metode observasi secara tidak langsung yaitu dengan cara mengamati dan meninjau akun instagram rachacha thai tea kaje.

2. Metode Wawancara

Penulis menggunakan metode wawancara yang ditanyakan langsung kepada pemilik Rachacha Thai Tea Kaje untuk mendapatkan informasi yang akan dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan video promosi.

1.6.2 Metode Literatur

Penulis menggunakan metode ini untuk pengumpulan data yang ada di internet, buku, jurnal atau penelitian sebelumnya dari berbagai sumber untuk mencari referensi relevan yang akan digunakan untuk membantu menyelesaikan dan melengkapi data yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

1.6.3 Metode Analisis

Penulis menggunakan metode SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yang akan digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis.

1.6.4 Metode Perancangan

Pada metode perancangan video promosi penulis melalui 3 tahap, yaitu:

1. Pra - produksi

Tahap ini adalah tahap awal dari perancangan video. Dalam tahapan ini meliputi penumpulan data, sinopsis, alur video, storyboard, dan naskah.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahap kedua yang nantinya meliputi pembuatan desain motion graphic, perekaman audio, dan proses editing.

3. Pasca Produksi

Pra produksi merupakan tahap akhir dalam pembuatan video. Pada tahap ini semua bahan yang telah selesai melalui tahap editing akan masuk pada rendering yang kemudian akan dipublikasikan dan kemudian dilakukan pengujian.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar dalam penyajian laporan lebih bisa dimengerti dan terstruktur, maka sistematika penulisan dibuat berdasarkan uraian permasalahan tiap bab nya sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori – teori yang digunakan pada penelitian dan perancangan video promosi.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bagian ini menguraikan perancangan terhadap video promosi yang dibuat dan membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk membuat video promosi.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai proses pembuatan video promosi menggunakan *motion graphic* dan *3D layer* dari proses produksi hingga pasca produksi.

BAB V. PENUTUP

Bab ini merupakan bagian terakhir dimana akan berisikan kesimpulan dari seluruh bab dan saran – saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus kelebihan dan manfaat dari video promosi yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan video promosi yang dibuat dan kemungkinan pengembangan lebih lanjut.