

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat yang berguna untuk mengetahui perkembangan suatu hal tertentu. Melihat kronologi mengenai metode penyampaian dan penerimaan informasi, bahwa saat ini metode informasi telah mengalami kemajuan dari cara konvensional yaitu melalui mulut ke mulut sampai pada era globalisasi yang memanfaatkan teknologi. Perkembangan teknologi pada era global ini berkembang cukup pesat. Peran teknologi pun berpengaruh pada bidang komunikasi, bisnis, perindustrian, dan pendidikan, yang membuat penyebaran informasi menjadi lebih praktis, efektif, dan efisien yang membuat perusahaan besar hingga menengah lebih memilih teknologi dibandingkan dengan tenaga kerja manusia.

Melalui Google kita mendapat berbagai informasi hingga berita terkini. Dalam penyebaran informasi tidak hanya video ril namun juga berupa video animasi. Dalam video animasi ada juga yang disebut dengan Motion Graphic. animasi jenis ini memiliki beberapa tahapan produksi, dan Motion graphic sendiri adalah gabungan dari 2 kata yaitu motion yang berarti gerak dan graphic yang berarti grafis atau biasa kita sebut dengan grafis yang bergerak. Dengan semakin majunya perkembangan jaman, berkembang pula cara, konsep, ide dan cara penyampaiannya. Mulai penyebaran dari mulut ke mulut yang areanya tidak cukup luas dan media digital seperti iklan yang memiliki jangkauan yang lebih luas dan lebih menarik dalam menyampaikan media promosi.

Video iklan menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot* diharapkan dapat menjadi sebuah solusi sebagai media promosi. Selain lebih baik, video iklan diharap bisa mendapatkan hasil akhir yang lebih efektif pada saat mempromosikan usaha karena mudah dijangkau oleh masyarakat dan juga dapat mempermudah masyarakat untuk mengerti tentang apa yang perusahaan tawarkan. Video yang

dibuat menggunakan teknik motion graphic, selain cukup fleksibel, alasan lainnya adalah karena teknik tersebut dapat disajikan dengan beragam gaya, namun dengan desain minimalis agar diingat oleh masyarakat.

Usaha mikro, kecil dan menengah atau biasa disingkat UMKM adalah unit usaha produk yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang-perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Secara garis besar penentuan usaha mikro kecil dan menengah ditentukan dengan nilai aset (tidak termasuk tanah dan bangunan). Seiring berjalannya waktu banyak UMKM yang berdiri di kota Yogyakarta salah satunya *Noble Coffeshop & Supply*. *Noble Coffeshop & Supply* adalah sebuah *Coffeshop* kekinian yang menjual berbagai jenis *coffee* dan *non-coffee* dengan konsep *coworking space* terdiri dari ruangan *indoor* dan *outdoor*. Berdiri sejak 2020 di Yogyakarta. *Noble Coffeshop* membutuhkan sebuah media promosi yang lebih baik, menarik dan inovatif. Selama ini Noble melakukan promosi menggunakan postingan pada instagram, Namun belum memiliki media promosi dalam bentuk video *motion graphic* dipadukan dengan *liveshoot*. Karena dengan menggunakan teknik *motion graphic* bisa mengilustrasikan informasi yang tidak dapat disampaikan sebelumnya, sehingga dapat memberikan kemudahan penyampaian informasi yang diberikan dan dipadukan dengan live shoot agar bisa menggambarkan suasana tempat, pelayanan, varian makanan dan minuman dari tempat tersebut. Promosi sendiri merupakan sebuah usaha untuk memberi informasi, bujukan serta cara komunikasi. Maka dari itu Noble membutuhkan media promosi yang lebih menarik dan inovatif dari pada promosi sebelumnya untuk meningkatkan media promosi yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengambil skripsi yang berjudul "**Pembuatan Video Profile Noble Coffeshop Dengan Teknik Motion Graphic Dan Live Shoot Sebagai Media Promosi**". Diharapkan dengan adanya sebuah media promosi menggunakan video *motion graphic* & *live shoot* menjadi lebih menarik dan dapat memperluas pemasaran *Noble Coffeshop*.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya adalah Bagaimana pembuatan video company profile menggunakan teknik *motion graphic* sebagai media promosi di *Noble Coffeeshop*?

1.3 Batasan Masalah

Pada pembuatan penelitian ini ada beberapa batasan yang diambil oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Menampilkan Video *Company Profile* berupa produk yang dijual *Noble Coffeeshop*.
2. Teknik yang digunakan untuk pembuatan video *company profile* adalah teknik *motion graphic*.
3. Software yang digunakan untuk pembuatan video *company profile* adalah *Adobe After Effect*.
4. Objek penelitian ini adalah UMKM *Noble Coffeeshop*.
5. Data yang di dikumpulkan bersumber dari objek penelitian yaitu *Noble Coffeeshop*.
6. Tahapan akhir penelitian berujung pada penyerahan video kepada *Noble Coffeeshop*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis membuat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan video *company profile* dengan teknik *motion graphic* sebagai media promosi di *Noble Coffeeshop*.
2. Menghasilkan video yang dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat.
3. Membuat media promosi berupa video yang diharapkan dapat memvisualisasikan produk dan layanan di *Noble Coffeeshop*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, yaitu untuk meningkatkan kreativitas dalam hasil karya video *motion graphic* dan dapat meningkatkan kemampuan dalam analisis pemasaran.
2. Sebagai alternative baru media promosi untuk memberikan informasi mengenai *Noble Coffeeshop*.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara bertanya kepada pihak *Noble Coffeeshop*.

2. Metode Kuesioner

Metode Kuisisioner digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan cara memberikan pertanyaan tertulis maupun elektronik yang ditujukan untuk target pasar. Penulis melakukan pengambilan data kuesioner melalui google form.

3. Metode Pustaka

Metode pustaka digunakan oleh penulis untuk mendapatkan referensi melalui buku buku maupun internet sebagai referensi dalam penulisan.

1.6.2 Metode Produksi

1. Pra-Produksi Proses pra-produksi dilakukan dengan pengumpulan data dari beberapa sumber seperti buku, jurnal, internet, dan narasumber. Dalam proses pra-produksi juga dilakukan penyusunan konsep.
2. Produksi Proses produksi dilakukan dengan cara mengimplementasikan konsep yang telah disusun dalam proses pra-produksi.
3. Pascaproduksi Proses pascaproduksi dilakukan dengan mengevaluasi dan merevisi hasil dari proses produksi, setelah itu produk siap untuk dipublikasikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penyelesaian dari penelitian ini. Maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan teori-teori dan tinjauan pustaka dalam merancang data serta proses produksi.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum dari penelitian, perangkat yang digunakan bahan penelitian dan langkah langkah penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas produksi, pasca produksi dan implementasi video company profile.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang di dapat dari hasil penelitian serta kritik dan saran untuk memperbaiki video *company profile*.

