

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Motion Graphics memiliki kelebihan serta mampu memberikan kehidupan kepada gambar dan tulisan dan merekam mereka menjadi sebuah pesan yang ingin di sampaikan kepada penontonnya. Motion Graphics adalah teks, gambar, atau kombinasi elemen desain dari warna, tipografi, gerakan, dan suara. yang bergerak dalam ruang dan waktu, menggunakan pergerakan dan ritme untuk mengkomunikasikannya. Motion Graphis digunakan dalam tv, film dan ke beragam media digital untuk membantu memperkenalkan ceritanya. [1]

Promosi merupakan salah satu dari empat elemen utama promosi perusahaan. Pemasaran dan pengiklan harus tau bagaimana menggunakan media promosi penjualan, publisitas dan penjualan personal untuk mengkomunikasikan suatu produk beserta nilainya kepada konsumen yang dituju atau target. Proses komunikasi itu sendiri terdiri dari sembilan elemen, yaitu : penyampai pesan, penerima pesan, penyandi, pembaca sandi, pesan, media, tanggapan, umpan balik dan gangguan. Pemasar harus tahu bagaimana cara untuk mencapai khalayak sasaran, berhadapan dengan kecenderungan khalayak pada perhatian efektif, distorasi (pemutar balikan pesan), dan mengingat pesan. [2]

Yamakan adalah salah satu usaha kuliner kekinian siap saji yang baru saja berdiri pada 1 juni 2019. Yamakan menyajikan makanan sehat dengan penyajian yang praktis sehingga sangat cocok untuk mereka yang tidak memiliki waktu untuk menyajikan santapan yang bergizi. Namun promosi masih menggunakan foto-foto makanan dan tidak di jelaskan isian makanan tersebut maka informasinya kurang

jelas tersampaikan. Sehingga usaha kuliner Yamakan yang baru saja berdiri ini membutuhkan sebuah video *motion graphic* yang menampilkan isian dari makanan siap saji tersebut agar promosi lebih jelas tersampaikan dan lebih di kenal banyak orang.

Dengan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Implementasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi Usaha Kuliner Yamakan” sehingga dapat meningkatkan penjualan produk Yamakan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana membuat video promosi untuk usaha kuliner Yamakan dengan mengimplementasikan teknik *motion graphic*?”

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang ada di atas, ada beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Video dibuat menggunakan *motion graphic*
2. Video promosi berisi informasi produk dan cara pemesanan makanan pada usaha kuliner Yamakan.
3. Tahapan penelitian sampai pada penyerahan video promosi *motion graphic* ini kepada usaha kuliner Yamakan.
4. Hasil video tersebut akan di tayangkan di sosial media instagram.
5. Software yang digunakan adalah Adobe After Effect CC 2018, Adobe Illustrator CC 2018.

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan maksud tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengimplementasikan video *motion graphic* sebagai media promosi pada Yamakan.
2. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti :
 - a. Untuk mengamalkan ilmu yang di peroleh selama belajar di Universitas Amikom Yogyakarta.
 - b. Sebagai bahan penelitian untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta
2. Bagi usaha kuliner Yamakan :

Untuk membantu mempromosikan usaha kuliner Yamakan agar lebih di kenal banyak orang.

1.6 Metode 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 di tambah dengan referensi yang

berasal dari buku-buku, jurnal, internet serta contoh penulisan skripsi lainya yang berkaitan dengan rancangan pada video promosi yang penulis buat.

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, 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 object penelitian yaitu Yamakan pada bulan Oktober 2019.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data, kemudian data-data yang di dapat dari hasil wawancara akan di pertimbangkan untuk dimasukan kedalam video promosi *motion graphic*. dengan cara peneliti langsung bertemu dengan sumber informasi. Wawancara ini dilakukan dengan pemilik usaha kuliner Yamakan bernama Boby Hartanto Arif Saputro untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian pada bulan Oktober 2019.

3. Metode Studi Literatur

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari, membaca dan mengumpulkan dokumen-dokumen sebagai referensi seperti buku, artikel dan literature-literatur tugas akhir dari sumber yang valid dan terpercaya yang berkaitan dengan Video

Promosi, *Motion Graphic*. Studi pustaka digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan tambahan informasi tentang promosi produk dengan pemilik usaha kuliner Yamakan bernama Bobby Hartanto Arif Saputro untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian pada bulan Oktober 2019.

1.6.2 Metode Analisis

Pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) yang digunakan untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar). [4]

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 Kuliner Yamakan.

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.

