

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

The Gun's Barbershop adalah salah satu penyedia jasa bisnis pangkas rambut yang berkembang. The Gun's Barbershop berdiri pada tahun 2017, yang merupakan salah satu usaha Barbershop di kabupaten Sleman Yogyakarta. Usaha The Gun's Barbershop dikembangkan dengan konsep memberikan pelayanan yang terbaik dengan menyediakan capster/barberman yang profesional, berbagai alat cukur, layanan keramas, hair coloring, hair threatment, smoothing memiliki ruangan yang nyaman dengan full AC, layar TV dan disediakan handuk steril untuk membersihkan wajah dan air mineral.

The Gun's Barbershop berada di Jl. Ngorojo No.14, Ambarukmo, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, dengan lokasi yang strategis karena berada di pusat keramaian, dekat dengan mall Plaza Ambarukmo yang berada di Jl. Laksda Adisucipto yang merupakan jalan utama, dan dekat juga dengan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Walaupun usaha The Gun's Barbershop sudah beroperasi selama 8 tahun, usaha ini hanya melakukan beberapa promosi saja seperti memiliki akun Instagram dan melalui mulut ke mulut. Dengan persaingan yang semakin kompetitif dan klien yang semakin kritis dalam memilih jasa potong rambut, membuat usaha barbershop dituntut untuk lebih inovatif dalam menciptakan pelayanan dan advertisement (periklanan). Dengan begitu usaha The Gun's Barbershop sedang mencari solusi yang kreatif dan inovatif agar dapat menarik minat konsumen dengan melakukan berbagai promosi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik objek penelitian ini, terdapat media yang benar-benar dibutuhkan yaitu media promosi berupa *Motion Graphic*. Oleh karena itu, peneliti memberi saran pada pemilik usaha untuk menggunakan

metode *Motion Graphic* agar lebih mencakup semua elemen multimedia yang ada”

Motion Graphic adalah percabangan dari Seni Desain Grafis yang merupakan penggabungan dari Tipografi, Ilustrasi, Fotografi, dan Videografi dengan menggunakan teknik Animasi [1]. *Motion graphic* adalah sebuah bidang yang akan terus berkembang, di era digital ini semakin banyak media sosial yang ditawarkan untuk masyarakat seperti Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, Twitter dan sebagainya. Berbeda platform, berbeda juga jenis konten media yang ditawarkan sehingga brand perlu memperhatikan hal ini [2]. Jadi, motion graphic dirancang sebagai media promosi utama yang sesuai dengan permintaan dari pemilik usaha “The Gun’s Barbershop”. Menggunakan *motion graphic* sebagai media promosi adalah salah satu cara untuk menarik minat pengguna media sosial untuk melihat konten agar tidak kalah dengan konten lainnya. Dengan bantuan visual yang menarik, calon pelanggan akan lebih mudah diraih, hingga akhirnya informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan lebih efektif. Selain itu, media desain komunikasi visual lainnya menjadi media pendukung untuk promosi usaha agar mempermudah penyebaran informasi.

Solusi untuk permasalahan diatas adalah dengan membuat media promosi menggunakan metode motion graphic, karena dengan *motion graphic* lebih efisien untuk mencakup semua elemen multimedia yang dibutuhkan.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis tertarik untuk membuat sebuah media promosi dalam bentuk video profil menggunakan metode *motion graphic*, agar dapat memberikan informasi dan dapat memperluas pemasaran. Judul yang akan penulis angkat adalah “Pembuatan media promosi The Gun’s Barbershop menggunakan teknik motion graphic”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka disini peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah merancang motion graphic sebagai media promosi usaha The Gun's Barbershop?
2. Mengapa memilih motion graphic sebagai metode pembuatan media promosi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah pembuatan media promosi bagi The Gun's Barbershop menggunakan metode motiongraphic.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan yang membatasi ruang lingkup penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya akan dilakukan di The Gun's Barbershop.
2. Promosi yang akan dibuat di The Gun's Barbershop adalah iklan berbentuk *motion graphic*.
3. Promosi tersebut akan dipublikasikan di instagram @Thegunsbarbershop
4. Promosi *motion graphic* akan memiliki target durasi kurang lebih 90 detik.
5. Promosi akan dibuat menggunakan pengaturan reels instagram
6. Promosi akan dibuat menggunakan software adobe illustrator dan adobe after effect.
7. Informasi pada video promosi akan dievaluasi pihak The Gun's Barbershop.
8. Teknik *motion graphic* video promosi akan dievaluasi oleh praktisi multimedia.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini dibagi menjadi beberapa pihak yaitu:

1.5.1 Manfaat penelitian bagi peneliti

Manfaat bagi peneliti yang didapatkan dari penelitian ini yaitu:

1. Sebagai syarat lulus pada program studi D3 Manajemen Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Sebagai tahapan dalam mengimplementasikan ilmu yang sudah diterapkan.

1.5.2 Manfaat penelitian bagi objek penelitian

Dalam penelitian ini manfaat yang didapatkan oleh pihak The Gun's Barbershop adalah dimana pihak The Gun's Barbershop mendapatkan media promosi yang memiliki kelengkapan elemen multimedia.

1.5.3 Manfaat bagi masyarakat

Melalui penelitian ini masyarakat dapat lebih mengenal The gun's Barbershop sebagai pangkas rambut dengan kualitas yang baik juga dengan harga yang terjangkau.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

berisikan latar belakang , tujuan dan manfaat magang , batasan , dan identitas tempat magang.

2. BAB II Tinjauan Pustaka

Menggambarkan tentang tinjauan pustaka dan landasan teori diambil beberapa referensi seperti buku , laporan penelitian , jurnal ilmiah dan pustaka elektronik yang berhubungan dengan tema tugas akhir penulis.

3. BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini terdiri dari identifikasi masalah dan solusi berisi masalah dan solusi yang diusulkan.

4. BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab Hasil dan Pembahasan berisikan mengenai implementasi dan pengujian dari proyek yang telah dibuat.

5. BAB V Penutup

Pada bab terakhir berisikan kesimpulan yang merupakan rangkuman dari hasil penelitian kerja pada bagian sebelumnya . dan bagian saran berisikan saran saran yang perlu diperhatikan berdasarkan keterbatasan yang ditemukan dan hal apa saja belum dapat dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan. .

