

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Promosi adalah bidang pemasaran yang lebih lengkap dan merupakan serangkaian kegiatan yang mengkomunikasikan produk, merek, atau layanan kepada pengguna potensial. Tujuan dari promosi itu sendiri adalah untuk mendapatkan perhatian umum dari calon pengguna atau masyarakat untuk kemudian menjadi tertarik pada produk yang ditawarkan. Promosi ialah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berarti berupa informasi yang dapat mempengaruhi atau menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.[1]

King juice jogja adalah tempat jual jus buah dengan berbagai macam rasa yang di sediakan dan segar. King juice jogja berdiri pada tahun 2009 memberikan solusi kemudahan bagi masyarakat semua golongan dalam menikmati jus buah tanpa harus repot untuk membuat sendiri. Dengan harga terjangkau sudah bisa menikmati buah yang berkualitas dengan kematangan yang sesuai. Ada pun tempat yang luas dan nyaman yang bisa memuat banyak orang. Mengingat sampai saat ini media yang digunakan oleh king juice jogja memanfaatkan foto dan gambar di media sosial Instagram. Untuk mempromosikan produknya masih berupa foto dan gambar yang selama ini belum bisa menarik minat banyak masyarakat umum, yang dimana postinggan pada instagram king juice jogja membutuhkan sebuah inovasi baru. Menurut menurut penulis untuk permasalahan di atas adalah membuat sebuah video promosi berupa animasi yang menggunakan tehnik motion graphic dan 3D layer.

Majunya teknologi saat ini dan diciptanya teknik - teknik pembuatan video promosi dengan gaya baru. Penggunaan motion graphic sudah tidak asing lagi di buat untuk mempromosikan perusahaan atau iklan di TV, namun dengan menggabungkan teknik motion graphic dan teknik animasi lain seperti 3D Layer. Penggunaan motion graphic pada video promosi ini untuk menampilkan informasi berupa visualisasi meliputi logo, alat, bahan, alamat, lokasi dan nomer kontak pemesanan. Sedangkan penggunaan 3d layer ini dapat memberikan tampilan yang lebih menarik pada video yang diterapkan dan tidak monoton.

Sehingga dari uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "Perancangan video promosi pada king juice jogja menggunakan motion graphic dan 3d layer" maka dari itu dibuat saran untuk menyampaikan informasi dan untuk menambah media promosi agar terlihat lebih menarik dan dibentuk menggunakan Motion Graphic dan 3D Layer yang mempunyai daya tarik tersendiri dalam segi penyampaian iklan yang disuguhkan karena terkesan lebih unik dan menarik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan di selesaikan yaitu *"Bagaimana merancang video promosi pada King Juice Jogja menggunakan tehnik motion graphic dan 3d layer ?*

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian adapun Batasan-batasan masalah. Untuk mempusatkan pembahasan ,penulis membatasi cakupan yang lebih sempit, yaitu :

1. Perangkat luna (*Software*) yang di gunakan dalam pembuatan video ini yaitu, *Adobe Premiere Pro CC 2017, Adobe After Effects CC2015 dan Adobe Illustrator CC 2017.*
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video promosi meliputi *Motion Graphic* dan *3D Layer.*
3. Video promosi king juice jogja digunakan sebagai media periklanan, informasi dan hal lainnya yang berhubungan tentang king juice jogja.
4. Durasi video maksimal 60 detik.
5. Video promosi ini akan di posting pada akun media social *Instagram* milik *King Juice Jogja.*
6. Format video promosi ini dalam bentuk mp4 H264.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini secara garis besar sebagai berikut:

1. Dapat meningkatkan penjualan pada King Juice Jogja.
2. Menambah media promosi untuk king juice jogja.
3. Membuat video promosi yang menunjukkan produk dan informasi King Juice Jogja, untuk menarik minat pembeli.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di dapat di penelitian ini antara lain :

1. Penulis

Mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang sudah diberikan pada masa perkuliahan.

2. Pengusaha

Produk dapat lebih dikenal masyarakat luas dan meningkatkan penjualan.

3. Masyarakat

Menerima informasi yang lebih menarik.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur yang dilakukan pada penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan unsur penting dalam membuat penelitian, Teknik yang di gunakan pada penelitian ini adalah :

1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan mengunjungi lokasi objek yaitu King Juice Jogja untuk dapat menjadikan acuan perancangan.

2. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan wawancara atau tanya jawab langsung kepada pemilik King Juice Jogja guna mendapatkan referensi yang dapat dijadikan acuan perancangan, untuk menyempurnakan informasi tentang video yang akan di buat.

1.6.2 Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengakumulasi data menelusuri internet, jurnal, skripsi dan buku atau penelitian sebelumnya dari berbagai sumber lainnya yang membantu untuk menyelesaikan dan melengkapi data yang berkaitan dengan permasalahan dalam melakukan penelitian ini.

1.6.3 Metode Analisis

Penulis menggunakan metode SWOT singkatan dari (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yang akan mengidentifikasi berbagai factor secara sistematis.

1.6.4 Metode Produksi

Pada tahapan ini adapun persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video promosi yaitu :

1. Pra-produksi

Tahap pra — produksi adalah tahapan persiapan yang dimana sebelum melaksanakan pembuatan video. Tahapan ini meliputi pengumpulan data, perancangan tema, synopsis, alur iklan, naskah, dan storyboard.

2. Produksi

Tahap produksi tahapan kedua yang nantinya meliputi pembuatan desan motion graphic, audio, dan proses editing.

3. Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi dimana hasil produksi akan dikumpulkan dan masuk pada rendering, publikasi, dan pengujian.

1.7 Evaluasi

Tahap evaluasi peneliti akan menguji video promosi yang sudah selesai dibuat menggunakan kuisioner dengan Skala Likert kepada orang yang memahami multimedia dan penonton. Sehingga bisa diketahui kelayakan video promosi yang sudah dibuat.

BAB I. PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori teori yang akan di gunakan pada penelitian dan perancangan.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap video promosi yang akan dibuat, dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah video.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan memaparkan mengenai cara dan tahapan penilitan seperti yang sudah di sebutkan, mulai dari analisis, desain, hasil dan implepentasinya.

BAB V. PENUTUP

Bagian ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.

