

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Chris Meyer Foto Motiongraphic adalah teknik untuk menggerakkan still images sehingga objek terlihat tidak membosankan, namun terlihat dinamis dan menarik. Terdapat dua metode dalam teknik ini, yakni dengan menggerakkan gambar, atau menggabungkan sequen gambar-gambar yang memiliki konstinuitas sehingga terlihat bergerak. Dalam pembuatannya, motion graphic adalah elemen yang penting untuk membuat penonton tidak merasa bosan.

Keunggulan menggunakan foto motion graphic menghasilkan tampilan foto yang menarik dan simple, inovative yang dibuat sedemikian rupa hingga efisien sebagai media pengembangan usaha. Menggunakan motion graphic menjadi penting dalam pemasangan iklan atau media promosi di media sosial, pesan yang dihasilkan oleh pengguna dalam bentuk foto, pesan yang ingin disampaikan tidak hanya dalam bentuk audio saja, tetapi dapat berupa audio visual sehingga pengguna media sosial yang mengetahui tentang video iklan tersebut tergelitik menelusuri produk-produk yang ditawarkan, demi membangkitkan rasa ingin tahunya akan projek yang di hasilkan.

Menurut Rhenald Kasali, secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan oleh suatu masyarakat lewat suatu media. Namun demikian, untuk membedakannya dengan pengumuman

biasa, iklan lebih diarahkan untuk membujuk orang supaya membeli.

Dalam dunia bisnis peran media informasi sebagai promosi sebuah produk maupun jasa sangatlah penting. Semakin berkembangnya jaman semakin berkembang pula cara, waktu, konsep serta ide penyampaian informasinya. Media promosi sendiri secara garis besar dibedakan menjadi dua jenis yakni media informasi online dan media informasi offline. Pemilihan media informasi yang tepat sangatlah mempengaruhi efektifitas dalam mempromosikan sebuah produk maupun jasa.

Coffee Shop Griya konco merupakan sebuah kedai kopi yang beralamatkan di jalan Kaliurang km.13 Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Kedai ini mempunyai ciri khas tersendiri yang jarang ditemui pada kedai kopi lain, yaitu dengan mengusung konsep seperti rumah teman sendiri sehingga apabila kita berada di kedai ini akan terasa sekali suasana seperti di rumah teman sendiri ngopi dan berkumpul. Coffee Shop Griya Konco bukan sekedar tempat untuk nongkrong, kedai ini menyediakan banyak minuman kopi premium dari berbagai daerah di Indonesia dengan harga terjangkau, makanan ringan dan makanan berat pun juga dijual di kedai ini. Coffee Griya Konco sendiri dikenal orang melalui mulut Kemulut dan hanya mempunyai media promosi berupa akun facebook dan Instagram saja untuk memasarkan produknya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana cara membuat video menggunakan teknik foto motion graphic sebagai media promosi yang dapat menarik pelanggan dari produk Coffee Shop Griya Konco.”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan diuraikan pada penelitian ini adalah:

1. Video Promosi ini memuat Foto dua dimensi tentang Coffee Shop Griya Konco.
2. Video promosi ini dibuat menggunakan Adobe After Effect CC 2018, Adobe Premier CC 2018, Adobe Illustrator CS6.

1.4 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah:

1. Membuat video menggunakan teknik foto motion graphic sebagai media promosi Coffee Shop Griya Konco.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mempromosikan Coffee Shop Griya Konco kepada masyarakat.
2. Untuk meningkatkan penjualan produk Coffee Shop Griya Konco.
3. Untuk memperkenalkan jenis – jenis kopi kepada masyarakat.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Bagi penulis

1. Penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh saat kuliah.
2. Prasyarat kelulusan program studi Diploma 3 jurusan Manajemen Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer (A.Md).

1.6.2 Bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta

1. Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa dalam bentuk laporan Tugas Akhir.
2. Referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk laporan Tugas Akhir bagi mahasiswa yang sedang mengambil Tugas Akhir.

1.6.3 Bagi Coffee Shop Griya Koncodan Masyarakat

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Meningkatnya pengunjung Coffee Shop Griya Konco.
2. Mengenalkan jenis-jenis kopi dan minumannya kepada masyarakat.

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang didukung dengan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan untuk melengkapi data pada penelitian ini adalah:

1.7.2 Metode Pengumpulan Data

Menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah baik tercetak maupun digital.

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab terhadap interviewee. Interviewee dalam memperoleh data adalah pemilik dan karyawan Coffee Shop Griya Konco. Peneliti menanyakan perihal jenis-jenis kopi, sejarah singkat Coffee Shop Griya Konco, dan susunan organisasi Coffee Shop Griya Konco.

2. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Hasil observasi yang dilakukan peneliti berupa jumlah pengunjung Coffee Shop Griya Konco setiap harinya.

1.8 Sistematika Penulisan

Bab I – Pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan laporan penelitian, hingga jadwal rencana kegiatan penelitian.

Bab II – Dasar Teori, menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan pembuatan Video Iklan Menggunakan Teknik Foto Motion Graphic secara detail, serta hal yang berkaitan langsung dengan ilmu atau masalah yang diteliti.

Bab III – Gambaran Umum, berupa gambaran umum tentang Coffee Shop Griya Konco, yang meliputi sejarah singkat Coffee Shop Griya Konco, visidan misi segmentasi pasar serta susunan organisasi.

Bab IV – Pembahasan, membahas tentang ide, pembuatan storyboard, pembuatan sketsa foto, dan penganimasian foto dengan pengisian suara, editing sampai hasil akhir.

Bab V – Penutup, menyampaikan kesimpulan (jawaban dari rumusan masalah yang terdapat di Bab I), saran penggunaan terhadap objek penelitian dan saran pembuatan Video Iklan Menggunakan Teknik Foto Motion graphic yang lebih menarik lagi.

