

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Video memberikan informasi dalam bentuk gambar yang diurutkan sedemikian rupa dan menjadi media sarana yang populer saat ini. Dengan adanya video, gambar dan informasi yang diperoleh akan lebih mudah dipahami. Video juga bisa dijadikan media pembelajaran yang baik, ini dikarenakan video dapat memperjelas dan mempermudah penyampaian pesan agar tidak terlalu verbalistik. Mengatasi keterbatasan waktu, ruang, dan daya indera peserta didik maupun instruktur. Dapat digunakan secara tepat dan bervariasi [1]. Membantu pemahaman dan ingatan isi materi bagi peserta didik yang lemah dalam membaca.

Dengan motion graphic, video animasi tidak lagi menjadi terlalu sulit karena sudah ada software-nya. Dalam software motion graphic menggabungkan foto, video, dan suara. Video animasi juga bisa digunakan untuk bisnis karena bisa menjelaskan produk dengan baik.

Video iklan juga bisa dibuat dengan motion graphic dan hasilnya bisa menjelaskan produk dengan baik. Kelebihan ini bisa dimanfaatkan untuk para pembuat iklan yang kreatif. [2] Dengan motion graphic yang sederhana, dapat menyampaikan sesuatu yang rumit agar bisa jauh lebih mudah dimengerti

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan dan memberitahukan manfaat suatu produk atau jasa agar mendorong konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dipromosikan. [3] metode untuk mengkomunikasikan produk atau jasa kepada potensial dan aktual. Terdiri atas periklanan, promosi, penjualan, penjualan perseorangan dan hubungan masyarakat.

General Manager Technical Service PT DAM mengatakan sepanjang bulan Agustus menyambut HUT Kemerdekaan RI ke-73, bersama bengkel resmi Honda atau AHASS Jawa Barat hadir dengan berbagai program promosi servis untuk

konsumen pecinta Honda agar selalu memastikan sepeda motor Honda yang dikendarai selalu dalam keadaan prima. [4] Diskon jasa servis dengan video yang diunggah melalui social media instagram memberikan potongan harga 17% bagi konsumen yang melakukan servis di AHASS area Bandung, Cirebon, Kuningan, Bogor dan Majalengka, 45% sparepart motor AHM terjual habis saat event promosi berlangsung di bengkel AHASS

Rossy Motor usaha yang menawarkan jasa service motor dan toko alat spare part motor. Mempunyai 3 mekanik yang dalam sehari hanya 14 motor dari total target 24 motor yang dapat ditangani. Dikarenakan kurangnya promosi dan relasi menjadi hambatan berkembangnya bengkel Rossy Motor. Alasan penulis membuat suatu video promosi motion graphics untuk membuat usaha bengkel dan toko sparepart Rossy Motor bisa memenuhi target.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu : *“Bagaimana cara melakukan Perancangan Video Motion Graphic Sebagai Media Promosi pada Rossy Motor?”*

1.3 Batasan Masalah

Melihat rumusan masalah yang telah dijabarkan, dilakukan pembatasan kedalam beberapa masalah. Adapun batasan masalah yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di bengkel Rossy Motor.
2. Video profile menampilkan kegiatan-kegiatan untuk mempromosikan Rossy Motor kepada masyarakat luas.
3. Video profile ini akan di publikasikan di youtube.
4. Pembuatan video profil menggunakan teknik motion graphic.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penulisan tugas akhir ini adalah :

1. Diharapkan proyek tugas akhir ini dapat menambah pengalaman penulis dalam proses pembuatan motion graphic.
2. Video motion graphic ini akan di promosikan di situs youtube sehingga dapat dikenal masyarakat luas.
3. Menjelaskan tahap-tahap pembuatan video motion graphic sebagai media promosi.

Adapun tujuan penelitian ini adalah mampu menghasilkan sebuah media promosi yang dikemas dalam bentuk video motion graphic menggunakan aplikasi Adobe After Effects, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop.

1.5 Manfaat Penelitian

Pembuatan video profile ini diharapkan memberi suatu manfaat yang berarti. Adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Rossy Motor
Membantu bengkel Rossy Motor lebih dikenal dikalangan masyarakat
2. Bagi masyarakat umum
Memberikan hiburan kepada masyarakat serta memberi pengenalan masyarakat tentang video motion graphic sebagai media promosi

1.6 Metode Penelitian

Dalam perancangan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan Metode Kualitatif untuk menarik kesimpulan dari data-data yang didapat berupa kalimat dan argumen dari kalangan yang berbeda.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu :

1. Metode Observasi
Melakukan pengamatan langsung ke tempat yang akan digunakan untuk objek penelitian guna mengumpulkan data, tanggal 19/01/2019
2. Interview
Melakukan wawancara tanggal 19/01/2019 kepada pemilik bengkel Rossy Motor untuk mendapatkan informasi yang akan digunakan sebagai bahan penelitian.
3. Kepustakaan
Metode ini menggunakan buku-buku sebagai bahan referensi untuk mendapatkan konsep teoritis dalam menganalisa data yang sudah ada dalam pembuatan tugas akhir ini.

1.6.2 Metode Pembuatan

Adapun metode pembuatan yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

1. Pra-produksi

Pra-produksi yaitu dilakukan dengan pengumpulan data dari beberapa sumber seperti internet, buku, dan narasumber. Dalam proses pra-produksi juga dilakukan penyusunan konsep seperti apa yang akan dikerjakan.

2. Produksi

Proses produksi dilakukan dengan cara mengimplementasikan semua konsep yang sudah disusun dalam proses pra-produksi.

3. Pasca-produksi

Pada tahap pasca-produksi hasil dari proses produksi sudah siap untuk dievaluasi, setelah dievaluasi dan di revisi produk sudah siap untuk dipublikasikan.[5]

1.6.3 Implementasi

Dalam implementasinya, video motion graphic sebagai media promosi ini nantinya akan diunggah melalui youtube. Selain itu juga dapat digunakan sebagai bahan oleh pihak rossy motor untuk melakukan presentasi.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk menjelaskan gambaran secara umum mengenai isi dari pembahasan ini, berikut akan dikemukakan mengenai sistematika penulisan tugas akhir ini yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menampilkan teori tentang promosi, motion graphic, dan teori yang berhubungan dengan pembahasan laporan tugas akhir tentang video motion graphic.

BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini menjelaskan tentang perancangan, proses editing, naskah cerita dan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan proses pembuatan dan hasil akhir video company profile pada bengkel Rossy Motor sebagai media promosi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan dari bab-bab sebelumnya, serta saran yang merupakan tindak lanjut dari kesimpulan.