

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Vape Store Taste Lab berdiri sejak 4 bulan yang lalu tepatnya pada bulan Januari 2017 yang pada awalnya memang sudah direncanakan oleh pemilik untuk dibuka karena ingin mengembangkan usaha yang dimiliki. Tempat tersebut berada di dalam area belakang warnet dan menjadi satu dari kos kosan yang berada di jalan Candi Gebang 208a, Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283. Vape Store Taste Lab ini cocok sebagai tempat untuk berkumpul bareng teman karena didalamnya memiliki sebuah kafe yang punya berbagai macam menu yang pas untuk menemani kegiatan anda disana. vape store Taste Lab berisi tentang berbagai macam produk Liquid yang memiliki banyak varian dan berbagai merk namun hanya sedikit produk device / mod yang ada disana. Service yang diberikan oleh Taste Lab juga tak kalah daripada vape store lainnya, karyawan dan pemilik sangat bersahabat serta memiliki pengetahuan yang luas tentang vapor.

Pemilik vape store Taste Lab hanya menggunakan banner, spanduk, dan plang sebagai media promosi saat ini. Promosi tersebut disadari oleh pemiliknya yang belum efektif dan kurang menarik minat pengunjung untuk datang ke vape store Taste Lab. Maka dari itu pemilik vape store ingin meningkatkan promosinya melalui vidio dengan teknik motion graphic dan dipublikasikan melalui media

sosial facebook, instagram, dan youtube. Serta kurangnya pengetahuan masyarakat tentang vapor juga menjadi salah satu faktor untuk menunjang pemasaran vape store Taste Lab.

Untuk itu pemilik ingin meningkatkan penjualannya dengan cara membuat media promosi berupa video dengan teknik *motion graphic* 2D. Dari permasalahan tersebut di atas maka penulis membuat penelitian berjudul "Pembuatan Media Promosi Vape Store Taste Lab dengan teknik *motion graphic* 2D", yang berisi tentang apa saja yang ada pada toko vapor tersebut. Iklan yang nantinya penulis buat akan berdurasi 40 detik dimana di dalam iklan tersebut terdapat rekaman suara, berbagai gambar, dan tulisan yang menjelaskan informasi dari Taste Lab dengan menggunakan beberapa software antara lain adobe after effects, adobe photoshop dan adobe audition, setelah itu penulis akan memposting atau mempublikasikan di media sosial facebook dan instagram dari vape store Taste Lab, di harapkan dengan memposting di media sosial Taste Lab akan lebih di kenal oleh masyarakat luas.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana cara membuat iklan dengan teknik *motion graphic* 2D pada Vape Store Taste Lab ?

1.3. Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, diperlukan batasan-batasan agar pembahasan dari penelitian ini tidak menyimpang dari yang telah dirumuskan.

Batasan-batasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Hasil implementasi akan berdurasi 40 detik.
- b. Software yang akan digunakan yaitu, Adobe After Effect, Adobe Premiere, Adobe Photoshop, dan Adobe Audition.
- c. Untuk media promosi hanya di upload di Facebook, Instagram, dan Youtube.
- d. Penulis hanya membuat iklan dan mempromosikan, namun tidak membahas pada dampak dari video tersebut.

1.4. Tujuan Penelitian

Membuat media promosi Vape Store Taste Lab dengan teknik *motion graphic* 2D

1.5. Manfaat Penelitian

Bagi Vape Store Taste Lab

- a. Sebagai media informasi kepada masyarakat
- b. Mengenalkan kepada masyarakat tentang Vape Store Taste Lab melalui iklan

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan iklan ini adalah sebagai berikut :

1. Metode Pengumpulan Data :

- a. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan pada narasumber yaitu pemilik Vape Store Taste Lab. Dari hasil wawancara akan didapatkan data tentang hal-hal

mengenai iklan yang akan dirancang.

b. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung pada tayangan iklan komersial dengan animasi 2D pada televisi. Dari beberapa pengamatan yang dilakukan dibuat beberapa catatan. Dari catatan tersebut dibuat kesimpulan mengenai hal-hal penting yang ada dalam iklan komersial tersebut yang kemudian menjadi referensi penting dalam perancangan penulis.

c. Studi Pustaka

Pada penulisan ini tidak terlepas dari data-data yang terdapat pada buku-buku yang menjadi referensi sebagai pedoman tugas akhir untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi.

2. Metodologi Perancangan Iklan *Motion Graphic* 2D:

a. Pra produksi

Pra produksi adalah tahapan sebelum produksi. Disini semua hal yang berkaitan dengan proses pembuatan karya animasi motion graphic disiapkan. seperti membuat cerita, membuat storyboard, membuat animasi, merekam suara, membuat desain objek, merancang warna.

b. Produksi

Produksi adalah tahapan dimulainya proses membuat karya animasi motion graphic. Pada tahap ini dibagi menjadi beberapa tahapan seperti membuat keyframe, inbetween, clean up, coloring, finishing, render.

c. Pasca produksi

Pasca produksi adalah bagian terakhir dari rangkaian proses pembuatan karya animasi motion graphic. Disini karya animasi tadi akan dipoles dan diedit sehingga menjadi sebuah karya utuh yang enak dilihat



