

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Motion graphic merupakan sebuah tayangan audio visual berbentuk animasi yang dalam penggunaannya sering dimanfaatkan oleh suatu instansi atau perusahaan untuk penyampaian informasi yang bersifat luas seperti iklan layanan masyarakat, *company profile*, dan media promosi[1]. Selain itu Motion graphic adalah potongan dari desain atau animasi yang berbentuk media visual dan ditambahkan dengan elemen objek 2D, objek 3D, animasi, video dan film [Motion by design, 2010].

Media promosi adalah sarana yang digunakan untuk memperkenalkan produk dan jasa perusahaan tersebut agar lebih dikenal masyarakat. Sebelum kita mengenal teknologi yang canggih seperti sekarang biasanya promosi dilakukan dari mulut ke mulut atau menggunakan koran sebagai media promosi. Semakin berkembangnya teknologi informasi, berkembang juga media promosi yang semakin menarik, kreatif, dan inovatif, salah satu nya adalah motion graphic[2].

Berkembangnya ekonomi dan meningkatnya berbagai macam kebutuhan manusia yang beraneka ragam mengakibatkan manusia tidak terlepas dalam memenuhi

kebutuhannya. Sejalan dengan keinginan manusia yang terus meningkat bermunculan lah usaha-usaha dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran berupa swalayan dan minimarket. Untuk memenangkan persaingan dagang perusahaan berlomba-lomba untuk membuat strategi salah satu nya dengan promosi yang memanfaatkan media sosial. Internetworldstats pada Juni 2021 melaporkan, 76% penduduk Indonesia pengguna aktif media sosial dan angka ini meningkat dari bulan-bulan sebelumnya. Banyaknya pengguna sosial media ini memicu perusahaan dagang ini memanfaatkan sosial media sebagai media promosi.

Toko NN adalah sebuah toko swalayan di Malinau kota. Toko NN menjual berbagai alat kebutuhan sehari-hari. Tak hanya menjual berbagai kebutuhan sehari-hari toko NN juga menjual berbagai barang elektronik seperti air conditioner, kipas, kulkas, dan television. Saat ini toko NN sedang gencar melakukan promosi untuk barang-barang elektronik dan perabotan lainnya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada ibu Saripah Ragan, selaku pemilik toko NN, Promosi saat ini hanya menggunakan penyampaian dari mulut ke mulut dan dirasa itu masih kurang efektif untuk menyampaikan informasi apa saja yang dijual di toko NN. Maka peneliti menyimpulkan Kurang nya informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut ini peneliti membuat motion graphic untuk mempromosikan toko NN agar lebih menarik minat konsumen dan menyampaikan informasi. Video ini mencakup visual, suara, dan dapat memberikan informasi bahwa toko NN menjual barang elektronik.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu :

Bagaimana membuat video promosi toko NN yang menarik perhatian konsumen dan mengetahui informasi apa saja yang dijual di toko tersebut?

1.3 Batasan Masalah

1. Bagaimana mempromosikan Toko NN menggunakan *Isometric Design*.
2. Video ini berisi tentang barang apa saja yang dijual toko NN, serta berupa alamat toko NN.
3. Durasi Video kurang dari 1 menit.
4. Menggunakan resolusi 1920 x 1080 dengan format MP4.
5. Software utama yang digunakan dalam pembuatan video animasi ini adalah Adobe After Effect, juga menggunakan bantuan dari beberapa software seperti Adobe Illustrator dan Adobe Audition.
6. Video ini akan diupload di media sosial seperti Facebook, dan instagram Pada sosial Media Toko NN.
7. Penelitian ini menggunakan metode MDLC(*Multimedia Development Life Cycle*).

1.4 Tujuan Penelitian

Berikut beberapa Tujuan penelitian :

1. Penelitian ini dimaksudkan untuk membuat video promosi toko NN Malinau dan membagikan informasi apa saja yang dijual toko tersebut.
2. Memberikan pengetahuan mengenai *isometric design* untuk digunakan dalam pembuatan media promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat diimplementasikan untuk mempromosikan toko NN Malinau
2. Bermanfaat bagi peneliti untuk pengalaman, pengetahuan tentang menggunakan *Motion Graphic* dengan teknik *Isometric Design*.
3. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah referensi bagi peneliti di dalam kampus maupun diluar kampus untuk masa yang akan datang.
4. Masyarakat dapat mengetahui Multimedia bisa dijadikan untuk mempromosikan UMKM mereka atau menggunakan multimedia sebagai iklan layanan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan data

1. Metode Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara kepada owner atau pegawai dari Toko NN itu sendiri dengan tujuan memperoleh informasi dan data yang jelas dan benar tentang Toko NN.

2. Metode Observasi

Mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti dan mengamati dengan cermat kondisi yang terjadi.

3. Metode Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk menganalisa situasi dan kondisi yang bersifat destruktif. Tujuan dari metode SWOT adalah untuk mengetahui kebutuhan.

4. Metode Perancangan

Pada perancangan ini metode yang digunakan adalah *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* versi Luther sutopo.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah deskripsi singkat dari setiap bab yang memberikan gambaran umum setiap bab. Berikut sistematika penulisan dari skripsi ini:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, pengertian dan teori-teori yang dijadikan landasan dalam penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan analisis dan perancangan yang digunakan pada penelitian.

4. BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan implementasi dan perancangan yang telah disusun. Dan juga hasil dari tahapan penelitian.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dalam penulisan skripsi, pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi laporan.

6. BAB VI DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber atau referensi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini.

