

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Motion Graphic adalah percabangan dari seni desain graphics yang merupakan penggabungan dari, ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi dengan menggunakan teknik Animasi. *Motion Graphic* terdiri dari dua kata, Motion yang berarti gerak dan Graphics atau yang sering kita kenal dengan istilah grafis. Dari asal muasal pengertian dua kata tersebut, bisa dikatakan bahwa *Motion Graphic*, juga dapat disebut dengan istilah Grafis Gerak. Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi dari pemilik produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan supaya produk atau jasa, merek dan nama perusahaan dapat dikenal masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat supaya mau membeli serta menggunakan produk atau jasa perusahaan.

Uppers Coffee Brewer didirikan oleh Agus Setiono Wibowo pada tahun 2016 berlokasi di Jl. Monjali no.78, Mlati, Sleman, Yogyakarta. Yang special dari Coffee shop ini adalah biji kopi yang diproduksi sendiri oleh coffee shop tersebut serta diracik dan dihidangkan langsung oleh barista.

Saat ini Uppers Coffee Brewer melakukan promosi melalui media sosial dan brosur. Media sosial yang digunakan Uppers Coffee Brewer untuk promosi adalah Instagram dengan memposting produk yang berupa foto. Jika promosi hanya menggunakan foto dan brosur masih kurang karena tidak bisa menjelaskan semua keunikan dari Coffee shop tersebut. Maka dari itu penulis berpendapat untuk pembuatan video promosi. Diharapkan dari video promosi tersebut

mencakup visual, suara dan animasi dapat menjelaskan semua unsur – unsur penting seperti proses produksi biji kopi, proses peracikan dan keunikan yang lain dari Coffee shop tersebut yang tidak bisa dijelaskan dengan foto maupun brosur.

Dari permasalahan diatas penulis melihat peluang untuk menciptakan suatu media promosi pada Uppers Coffee Brewer melalui sebuah video dengan menerapkan teknik *Motion Graphic* untuk menampilkan keunggulan dari Coffee shop ini seperti proses produksi biji kopi yang tidak memungkinkan jika dilakukan dengan *live shoot* dan teknik *Live Shoot* untuk menampilkan suasana asli, tempat, diskon, fasilitas serta menu – menu yang ada disana dan nantinya video promosi tersebut akan dipublikasikan di akun Instagram Uppers Coffee Brewer.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "*Bagaimana membuat video promosi Uppers Coffee Breware dengan penggabungan metode motion graphic dan live shoot?*".

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bias mencapai sasaran yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Penelitian ini dilakukan di Uppers Coffee Brewer dengan membuat iklan menggunakan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot*.
2. Informasi yang di sampaikan mencakup produk Uppers Coffee Brewer.

3. Media promosi Uppers Coffee Brewer hanya akan diterapkan pada media media online terutama instagram.
4. Hasil implementasi video infographics sebagai media promosi menggunakan teknik motion graphic dan teknik live shoot ini akan berbentuk video media promosi berdurasi 60 detik.
5. Target materi pengujian adalah factor informasi yang ditampilkan dan kecakapan produk iklan.
6. Hasil video promosi akan diserahkan kepada Uppers Coffee Brewer dan dikelola sendiri oleh pihak Uppers Coffee Brewer.
7. Pembuatan video promosi ini hanya sampai uji coba kepada pihak Uppers Coffee Brewer satu kali oleh pihak peneliti.

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1. Membuat iklan Uppers Coffee Brewer sebagai media promosi untuk meningkatkan pelanggan.
2. Mengembangkan dan menambah pengalaman tentang perancangan teknik motion graphic dan live shoot menjadi sebuah iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian adalah :

1. Sebagai salah satu media promosi Uppers Coffee Brewer.
2. Media konten sebagai informasi kepada para pencinta kuliner kopi.
3. Media konten dapat digunakan untuk membantutim marketing dalam pemasaran Uppers Coffee Brewer.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antarlain:

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke kantor Uppers Coffee Brewer oleh penulis untuk mendapatkan data secara spesifik.

2. Metode Wawancara

Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan - pertanyaan yang ditujukan secara langsung kepada manajemen Uppers Coffee Brewer.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam metode studi pustaka.

1.6.2 Metode Perancangan

PraProduksi (Ide cerita, Tema, Rancangan Storyboard).

1.6.3 Metode Pengembangan

Produksi (Pengambilan Gambar, Pengumpulan Aset, Animating), PascaProduksi (Editing, Finishing).

1.6.4 Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik *motion graphic* yang diterapkan pada video Uppers Coffee Brewer sehingga visualisasi data yang disampaikan dapat dengan mudah dimengerti audiens.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti, sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode peneliiian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasanteori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang dibutuhkan dan langkah – langkah dalam pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini adalah gambaran dari Uppers Coffee Brewer. Serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulaidari pembuatan iklan tersebut.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dalam penulisan skripsi berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan dan hasil tes quisioner dari pihak Uppers Coffee Brewer terhadap iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan yang dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi - referensi yang telah dipakai sebagaia cuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis maupun secara teoritis.

