

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Malang *Flower Carnival* (MFC) merupakan sebuah komunitas yang dibentuk pada tahun 2010 oleh Bapak Dr. Agus Sunandar , S.Pd, M.Sn selaku dosen di Perguruan Tinggi Universitas Negeri Malang. Munculnya komunitas ini di kampus UM dari prodi Desain Busana dan Produksi Busana adalah wadah apresiasi beliau untuk kelangsungan *project* yang diberikan pada mata kuliah. Selain itu Malang *Flower Carnival* (MFC) juga memiliki tujuan lain yakni ingin membranding kota malang sebagai malang kota bunga yang diwujudkan dengan event yang diselenggarakan oleh MFC, tempat untuk anak tata busana untuk mengembangkan kreatifitas, untuk menjadi ajang dan membantu pemerintah untuk mengembangkan destinasi wisata secara *event*, dan sebagai mata pencaharian dalam hal kreator busana.

Dalam menjalankan setiap acara yang diagendakan oleh MFC, komunitas ini mengandalkan media komunikasi utama mereka adalah melalui WAG (*Whatsapp Group*) karena praktis dan langsung tertuju. Selain itu untuk kebutuhan promosi dibantu dengan media sosial seperti Instagram dan website resmi Malang *Flower Carnival* (MFC). Media sosial yang paling sering digunakan adalah Instagram dengan menyebarkan informasi umum tentang agenda acara oleh MFC.

Antusiasme dalam laman Instagram memiliki perbandingan yang cukup signifikan dengan jumlah 1426 pengikut, tayangan serta suka memiliki rata-rata

50-100 suka per postingan dan 150-200 tayangan per video. Tampilan isi konten informasi pada feed berbanding secara signifikan menunjukkan minat bagi sebagian besar pengguna aktif Instagram.

Rata-rata rentang perhatian manusia modern telah turun menjadi 8 detik. Ini berarti media harus segera membuat kesan yang baik. Sebuah artikel dapat memberikan banyak sekali informasi berharga, tetapi sebuah video lebih mampu menarik perhatian. Menurut Lucy Todd, dalam bukunya yang berjudul Strategi Visual Pembunuh, Juni 2020 “ Ikonografi, ilustrasi, bagan, dan grafik adalah alat penyampaian cerita yang kuat yang dilengkapi dengan grafik gerak lebih baik daripada video. Ini memungkinkan Anda mengambil detail merek Anda dan meningkatkannya.”

Motion graphic adalah bentuk konten digital yang sering dimanfaatkan oleh suatu instansi atau perusahaan untuk penyampaian informasi yang bersifat menyeluruh dan luas. Tujuan pembuatan video motion graphics adalah untuk mengetahui reaksi dari penonton atau audiens, sehingga target audiens harus didefinisikan secara jelas dalam rangka memenuhi tujuan (Krasner, 2008, hal 289). Motion Graphic juga digunakan untuk memperkaya konten visual animasi dan memperjelas pesan yang ingin disampaikan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang Motion Graphic Tematik sebagai Media Komunikasi Visual pada Akun Instagram Malang Flower Carnival (MFC)

1.3 Tujuan

Merancang Motion Graphic Tematik sebagai Media Komunikasi Visual pada Akun Instagram Malang Flower Carnival (MFC)

1.4 Manfaat

1. Manfaat bagi Mahasiswa
 - a. Sebagai ilmu pengetahuan yang dapat menambah wawasan mahasiswa mengenai *Motion Graphic* Tematik.
 - b. Memberikan inspirasi agar mampu berinovasi dalam mendesain sebuah *Motion Graphic* Tematik.
2. Manfaat bagi media sosial akun Instagram Malang *Flower Carnival* (MFC)
 - a. Meningkatkan insight akun instagram resmi Malang *Flower Carnival*
 - b. Mendapatkan apresiasi dengan jangkauan lebih luas atas *event* yang akan digelar
 - c. Mendapatkan rekan kolaborasi dan jalinan tetap sponsor pada isi konten
 - d. Mendapatkan postingan konten konsisten melalui tematik reels
3. Bagi event Malang *Flower Carnival* (MFC)

- a. *Event* dapat disebarluaskan dan diterima dengan baik oleh masyarakat umum baik di kota Malang maupun luar kota Malang yang ingin berpartisipasi dalam kegiatannya
- b. Mendapatkan *feedback* dari pengguna *Instagram* yang ingin menyalurkan kesan dan pesan pada setiap event berlangsung.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan topik pembahasan menjadi lebih terfokus dan tidak keluar pada yang telah ditentukan, berikut batasan masalah pada laporan ini:

- 1) Motion graphic memiliki judul dan tema The Magnificent of AREMA
- 2) Sub konten yang diangkat antara lain; Coming Soon, Denah, Panggung, Rundown, dan Hadiah dan Lomba.
- 3) Ratio yang digunakan adalah 9:16 (Potrait)
- 4) Media yang dihasilkan berupa video motion graphic
- 5) Media penempatan adalah Instagram (Reels)
- 6) Target audiens yang dituju antara lain;
 - a. Demografis
 - Usia : 15 tahun hingga kurang lebih 30 tahun
 - Jenis Kelamin : wanita dan pria
 - b. Perilaku
 - Ketertarikan bermedia sosial khususnya Instagram
 - c. Geografis
 - Wilayah : Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia

1.6 Metode

1.6.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian berada di Gedung Kuliah Bersama Universitas Negeri Malang (*Learning Center*) Area Terbuka, Malang, Jawa Timur. Penelitian berlangsung pada tanggal 4 September 2023.

1.6.2 Bahan dan Alat Penelitian

Bahan yang digunakan selama penelitian ini meliputi:

1. Metode perancangan *design thinking* sebagai acuan dalam proses perancangan
2. Susunan (daftar) pertanyaan wawancara terhadap pendiri

Alat yang digunakan untuk menunjang dalam pembuatan *motion graphic* tematik meliputi:

Hardware:

Laptop: HP Pavilion Laptop 14-ec0014AU

Software:

1. *Adobe After Effect*
2. *Adobe Premiere Pro*
3. *Adobe Illustrator*
4. *Adobe Photoshop*

1.6.3 Pengumpulan Data dan Informasi

Pendekatan kualitatif adalah strategi penelitian yang dirancang untuk mengeksplorasi fenomena yang kompleks dan konteks sosial secara mendalam. Fokus utama dari metode ini adalah pada pemahaman makna, persepsi, serta pengalaman individu atau kelompok. Berikut adalah beberapa metode kualitatif dan teori yang relevan untuk mengumpulkan data dalam merancang motion tematik:

1. Wawancara Terbuka

Menurut Patton (2002), dalam penelitian kualitatif terdapat tiga jenis data yang sering digunakan, yaitu wawancara, observasi langsung, dan dokumen tertulis. Patton berpendapat bahwa wawancara adalah metode pengumpulan data yang sangat efektif dalam penelitian kualitatif karena melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memahami secara mendalam pengalaman, pandangan, keyakinan, dan persepsi responden. Dalam penelitian kualitatif, wawancara sering kali diterapkan untuk menggali makna, konteks, serta pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Wawancara dapat menjadi instrumen yang sangat fleksibel yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, dan memungkinkan narasumber untuk berbicara dalam konteks yang nyaman bagi mereka. Patton juga menyoroti pentingnya merencanakan dan merancang wawancara dengan cermat dan menekankan bahwa peneliti harus memikirkan pertanyaan yang akan diajukan, merancang panduan wawancara, dan memutuskan apakah wawancara akan

bersifat terstruktur (dengan pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya) atau tidak terstruktur (lebih bebas dan fleksibel). Dalam penelitian kualitatif, wawancara sering digunakan untuk mendapatkan data tentang pandangan, pengalaman, sikap, atau nilai-nilai yang tidak selalu dapat diukur dengan angka. Ini memungkinkan peneliti untuk mendalami ke dalam pemahaman subjek yang diteliti, dan hasil wawancara sering digunakan untuk memperkaya deskripsi, analisis, dan interpretasi data dalam penelitian kualitatif.

2. Observasi Non-Partisipatif

Menurut Nawawi dan Martini seperti yang dikutip oleh Afifuddin dan Saebani (2009:134), observasi adalah proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap elemen-elemen yang muncul dalam gejala-gejala objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan menerapkan dua jenis observasi, yaitu observasi non-partisipan dan observasi sistematis. Observasi non-partisipan dipilih karena peneliti tidak terlibat dalam kegiatan yang sedang diamati, sementara observasi sistematis digunakan untuk memastikan bahwa pengamatan yang dilakukan tetap teratur dan konsisten dengan tujuan penelitian.

3. Data Kepustakaan

Data pustaka adalah kumpulan informasi atau referensi yang digunakan dalam penulisan suatu karya ilmiah atau tulisan. Ini mencakup daftar sumber-sumber yang dijadikan dasar atau diacu dalam sebuah karya, seperti buku, artikel jurnal, situs web, dan sumber-sumber lainnya. Data pustaka memberikan kerangka kerja intelektual untuk mendukung argumen atau ide yang disajikan dalam suatu tulisan dan juga memungkinkan pembaca untuk mengakses sumber-sumber

tersebut. Menurut Plato, pentingnya penggunaan sumber-sumber terpercaya dan pengetahuan yang akurat. Plato juga memandang pengetahuan sebagai bentuk yang murni dan ideal, dan oleh karena itu, data pustaka harus mencerminkan kebenaran yang objektif. Menurut John Dewey, seorang filsuf pragmatis Amerika, mungkin menyoroti pentingnya penggunaan sumber-sumber yang relevan dan kontekstual dalam konteks pendidikan. Baginya, data pustaka harus sesuai dengan konteks dan membantu dalam pemahaman kontemporer.

1.6.4 Prosedur

Design Thinking

Design Thinking adalah pendekatan yang berfokus pada pemecahan masalah kreatif dan inovatif dengan memahami kebutuhan pengguna, berkolaborasi, dan mengiterasikan ide-ide untuk menciptakan solusi yang efektif.

Model Stanford Design Thinking

1. Empati (Empathize)

Tahap pertama adalah memahami secara mendalam permasalahan yang ingin dipecahkan. Ini melibatkan berbicara dengan pengguna atau pemangku kepentingan untuk mendapatkan wawasan tentang pengalaman dan kebutuhan mereka. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara dan melakukan observasi non-partisipatif pada akun Instagram MFC dan pendiri komunitas tersebut.

2. Pendefinisian (Define)

Di tahap ini merumuskan permasalahan atau tantangan yang akan diselesaikan. Mendefinisikan masalah dengan jelas berdasarkan temuan yang diperoleh pada tahap Empati.

3. Ideasi (Ideate)

Ini adalah tahap kreatif di mana menciptakan berbagai gagasan dan solusi potensial untuk permasalahan yang telah didefinisikan. Ide yang digunakan peneliti berasal dari proses brainstorming dari permasalahan yang ada dan menghasilkan ide untuk membuat motion graphic sebagai pemecahan masalah.

4. Prototyping

Memilih beberapa ide terbaik dari tahap Ideasi dan membuat prototipe sederhana. Ini bisa berupa sketsa, model, atau simulasi yang membantu Anda menguji dan memahami ide-ide tersebut.

5. Pengujian (Test)

Prototipe diuji dengan pengguna atau pemangku kepentingan untuk mengumpulkan umpan balik. Hasilnya membantu memahami apakah solusi tersebut efektif atau perlu direvisi.



Gambar 1.1 Diagram Alir Penelitian dengan metode *Design Thinking*

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam sistem penulisan karya ilmiah, kali ini dibagi menjadi lima bab. Setiap bab berisi deskripsi proses dan perannya masing-masing. Berikut ini adalah uraian singkat mengenai isi dari masing-masing bab :

1. BAB I Pendahuluan

Pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, batasan masalah, metode, dan sistematika penulisan (didalamnya terdapat sub-bab dari metode penelitian)

2. BAB II Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka terdiri dari penelitian terdahulu dan teori terkait yang menjadi pertimbangan sekaligus acuan dalam perancangan media promosi sekaligus penyusunan laporan Tugas Akhir

3. BAB III Analisis dan Perancangan

Pada bab ini terdiri dari analisis, perancangan, dan rancangan pengujian (dengan berisikan identifikasi dan pemecahan masalah, konsep dan proses perancangan)

4. BAB IV Pembahasan

Isi dari bab IV berisikan gambaran umum obyek penelitian, implementasi, pembahasan, dan uji coba serta berisikan media utama dan media pendukung

5. BAB V Penutup

Bab ini terdiri dari simpulan dan saran. Simpulan mencakup ringkasan hasil desain, termasuk kendala yang dihadapi. Di sisi lain, bagian saran pada laporan kerja praktik berisikan masukan berupa solusi terkait permasalahan yang telah dipaparkan

6. Lampiran

Daftar pustaka, biodata penulis, rekaman wawancara, proses brainstorming, salah satu dari pengerjaan yang tahapannya sama