

1. LATAR BELAKANG

Motion graphic merupakan salah satu bentuk kesenian yang kini digunakan untuk banyak hal seperti *broadcasting*, *film*, *website*, *moving poster* dan lainnya untuk keperluan *bumper*, transisi dan banyak lagi. Sejarah *motion graphic* berdasarkan estetika *synaesthesia music*, warna dan abstrak dan tipografi kinetik (tipografi bergerak) (Betancourt, 2020). Gabungan bentuk abstrak, perpaduan warna dengan music, dan bagaimana tipografi bergerak semua bersimfoni untuk membuat daya tarik dari *motion graphic*. Salah satu aplikasi *motion graphic* yang penulis akan bicarakan adalah kegunaannya untuk membuat bumper logo untuk menunjukkan identitas dari suatu perusahaan.

Konten merupakan inti dari informasi digital yang dapat berupa teks, citra grafis, dokumen dan sebagainya (Mahmudah & Rahayu, 2020). Konten tersebut yang diunggah di media sosial. Media sosial digunakan di setiap kegiatan hari-hari di era digital ini termasuk perusahaan. Media sosial digunakan oleh perusahaan-perusahaan korporat karena mudahnya akses dari gadget mana pun. (Mahmudah & Rahayu, 2020). Perusahaan mengupayakan konten di media sosial untuk upaya *branding* dengan menggunakan *motion graphic* ditimbang logo statis seperti zaman dulu (Shaw, 2018).

“Bumper adalah animasi pembuka atau penutup dalam sebuah program video yang merupakan animasi pendek yang menggambarkan identitas sebuah acara atau instansi” (Febriyanto, et. Al, 2018). Bumper logo berfungsi untuk memberi gambaran identitas tepatnya dengan menampilkan logo dalam video tersebut.

Upaya membuat *bumper* logo menggunakan *motion graphic* untuk media sosial perusahaan menggunakan *motion graphic* adalah topik yang akan dibahas oleh Penulis. Penulis melaksanakan program magang track 2 di DRE Communication yang menjadi inti pembahasan laporan skripsi ini. Penulis mengerjakan perancangan bumper logo untuk konten media sosial tepatnya feed Instagram di DRE Communication. DRE Communication merupakan *communication agency* yang kini berfokus pada *Event Organizing*. Saat ini, mereka menggunakan

kehadiran akun Instagram mereka sebagai bentuk pemasaran (Wawancara dengan *Creative Director* DRE Communication). Kini DRE Communication menggunakan akun Instagram tersebut untuk dapat menarik *client*, merepresentasikan identitas dan sebagai portofolio pencapaian yang dimiliki. Penulis akan mewujudkan poin-poin tersebut khususnya penggambaran identitas DRE Communication dengan menggunakan *motion graphic* sebagai medium yang digunakan dalam bumper logo untuk *feed post* di Instagram DRE Communication.

1.1.RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang, berikut adalah rumusan masalah yang Penulis dapatkan.

Bagaimana perancangan gerakan tipografi untuk menampilkan *value* Perusahaan pada bumper logo DRE Communication?

1.2.BATASAN MASALAH

Penulis hanya membatasi pembahasan untuk gerakan tipografi berdasarkan tipografi kinetik, *squash and stretch*, dan *timing* untuk menggambarkan sifat adaptif, kreatif, *approachable* dan energetik sebagai representasi identitas DRE Communication.

1.3.TUJUAN PENELITIAN

Untuk membuat rancangan gerakan tipografi pada bumper logo DRE Communication yang dapat menggambarkan identitas sebagai Perusahaan yang adaptif, kreatif, *approachable* dan energetik.

2. STUDI LITERATUR

Penulis akan menggunakan beberapa teori dan studi sebagai referensi dan acuan untuk membuat laporan ini. Teori dan pembahasan tersebut terdiri dari Teknik *motion graphic*, tipografi kinetik, *squash and stretch*, *timing*, dan *bumper* logo. Berikut adalah penjelasan dari tiap teori lebih lanjut.