

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan teknologi, gaya penyampaian informasi menjadi lebih bervariasi. Penyampaian informasi melalui media digital menjadi pilihan terbaik dalam menyampaikan informasi. Melalui jaringan internet, penyebaran informasi dalam bentuk digital akan lebih efektif dibandingkan media cetak. Hal ini membuat sebuah perusahaan memanfaatkan jaringan internet sebagai media promosi produk mereka. Menurut statistik BPS, pengguna internet di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mencapai 61,73% [1].

Dalam upaya memikat konsumen untuk membeli produk yang dibuat, sebuah perusahaan memanfaatkan multimedia sebagai alat yang dapat menunjang upaya tersebut. Khususnya dalam pembuatan sebuah video promosi yang dapat disebarluaskan melalui jaringan internet. Penggunaan *Motion Graphic* menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menyampaikan informasi produk yang dijual.

Motion graphic adalah animasi yang menggabungkan ilustrasi, tipografi, fotografi, dan videografi [2]. Penggunaan motion graphic yang umum adalah sebagai adegan pembuka film atau serial TV, logo yang bergerak di akhir iklan, elemen-elemen seperti logo 3D yang berputar-putar di sebuah siaran, dan dengan adanya internet, animasi berbasis web, dll. Pada penelitian ini penulis membuat video iklan pada CV Fania Food menggunakan motion graphic.

CV Fania food adalah perusahaan yang bergerak pada bisnis olahan *frozen food*. CV Fania Food byang beralamatkan Jl. Semangu KG-1 No.16, RT/RW 03/01, Gedongkuning, Rejowinangun, Kotagede, Rejowinangun, Kec. Kotagede, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta mengedepankan bahan baku yang terbaik dan menyajikan produk olahan

terbaik bagi konsumen. Menurut Ibu Hani selaku pendiri Cv Fania Food, selama ini penyebaran informasi produk fania food hanya melalui grup yang telah dibuat di media sosial seperti facebook group dan whatsapp grup, serta melalui unggahan pada *feed* instagram menggunakan unggahan *text* dan gambar tanpa adanya sebuah video yang mendukung ilustrasi. Sementara banyak informasi yang terlewatkan dan perlu disampaikan seperti menampilkan jenis jenis produk yang telah dibuat karena kurangnya *space* atau ruang dalam satu lembar gambar. CV. Fania Food tidak memiliki karyawan yang memiliki kompetensi yang berkaitan dalam bidang pembuatan animasi dua dimensi.

Dari informasi di atas penulis mencoba menyarankan adanya pembuatan media promosi yang baru berupa video dengan menggunakan animasi motion graphic. Dengan adanya video promosi motion graphic diharapkan mampu memvisualisasikan informasi-informasi yang kurang dan tidak dijelaskan di media sebelumnya. Karena motion graphic sendiri mampu menyajikan informasi secara padat dan ilustratif.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis membuat penelitian ini dengan judul **“Analisis dan Perancangan Animasi Dua Dimensi Sebagai Media Promosi UMKM Studi Kasus : Fania Food ”**. Dengan adanya video motion graphic ini diharapkan informasi dapat tersampaikan dengan baik.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana cara membuat suatu media promosi menggunakan animasi dua dimensi sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh konsumen?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik yang digunakan untuk membuat media promosi berupa animasi adalah teknik *motion graphic*.
2. Pembuatan video iklan pada CV Fania Food ini ditujukan kepada masyarakat umum.
3. Video iklan pada CV. Fania Food akan difokuskan tayang pada Instagram Fania Food.
4. Video iklan pada CV Fania Food memiliki durasi maksimal 1 menit.
5. Video ini akan diuji apakah sudah layak tayang untuk digunakan sebagai video iklan pada produk CV. Fania Food.
6. Tahapan penelitian ini hanya sampai tayang di youtube.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan media promosi kepada CV. Fania Food yang tepat dan efektif kepada konsumen.
2. Menerapkan ilmu yang telah didapat selama belajar di Universitas Amikom dan meningkatkan ilmu mengenai bidang multimedia.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi Strata 1 Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Mengenalkan produk CV. Fania Food berupa video promosi 2 dimensi.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan bisa diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Manfaat Teoritis

1. Manfaat teoritis didapat sebagai berikut, mengetahui dan merancang informasi melalui video animasi dengan teknik *motion graphic*

Manfaat Praktis

2. Manfaat praktis yang didapat sebagai berikut, sebagai video promosi dan informasi bagi konsumen.

### **1.5.1 Bagi Penulis**

Manfaat yang diperoleh penulis dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadi lebih terpacu dalam mempelajari sebuah video infografis yang menggunakan Teknik *motion graphic*.
2. Mengasah kemampuan dalam mengolah *software editing*.
3. Mampu menyelesaikan penyusunan skripsi untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta

### **1.5.2 Bagi Objek Penelitian**

Manfaat yang diperoleh objek penelitian dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai media iklan pada Produk CV. Fania Food sehingga dapat lebih dikenal masyarakat luas.
2. Sebagai promosi untuk mengenalkan Produk CV. Fania Food.

### **1.5.3 Bagi Universitas Amikom**

Manfaat yang diperoleh Universitas Amikom Yogyakarta dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat menjadi salah satu referensi bagi mahasiswa yang sedang, atau akan mengerjakan Skripsi.
2. Dokumentasi karya ilmiah dalam bentuk Skripsi pada bidang Multimedia.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam memahami lebih jelas tentang penulisan penelitian ini, maka penulis mengelompokkan materi penulisan menjadi lima (V) bab, yaitu:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang uraian Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori dan konsep dasar yang melandasi permasalahan penelitian ini.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan dan penjelasan tahap pembuatan video.

## **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menjelaskan tentang tahap produksi dan pascaproduksi pembuatan video promosi CV. Fania Food.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dapat diberikan oleh penulis dan hasil penelitian yang dilakukan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

