

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dinas Koperasi dan UKM DIY merupakan organisasi perangkat daerah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dinas Koperasi dan UKM merupakan perangkat daerah yang memiliki tugas melaksanakan urusan Pemerintah Daerah di bidang Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah. Dinas Koperasi dan UKM DIY didirikan pada 1 Januari 2016 dengan nama Dinas Koperasi dan UMKM DIY dan berubah nama menjadi Dinas Koperasi UKM DIY pada Tahun 2018. Dinas Koperasi dan UKM DIY berdiri dengan nomenklatur Dinas Koperasi dan UMKM DIY berdasarkan amanat dari Peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta dan Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 68 Tahun 2015 Tentang Rincian Tugas Dan Fungsi Dinas Koperasi dan UKM DIY sesuai Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 2018. Dengan dikeluarkannya Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 96 Tahun 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Dinas Koperasi dan UKM DIY memiliki susunan berikut: sekretariat, bidang koperasi, bidang usaha kecil menengah, bidang kewirausahaan, bidang usaha mikro, balai layanan bisnis UMKM. (diskopukm.jogjaprovo.go.id).

Pada akhir tahun 2019, dunia digemparkan dengan munculnya virus baru yang disebut virus corona. Virus ini pertama kali muncul di Wuhan pada tahun 2019 dan kemudian menyebar ke seluruh negara, termasuk Indonesia. Kasus pertama di Indonesia tercatat pada tanggal 2 Maret 2020 dan sejak itu jumlah kasusnya terus meningkat dengan cepat. Kementerian Keuangan Republik Indonesia menjelaskan dalam artikelnya berjudul Pandemi Covid-19 dan Menurunnya Perekonomian Indonesia (2023) bahwa Pandemi Covid-19 ini memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap perekonomian Indonesia, mulai dari perubahan rantai pasok dunia hingga penurunan investasi asing ke Indonesia. Pandemi covid-19 mengakibatkan perubahan besar dalam tatanan hidup dan

hubungan sosial. Masyarakat diminta untuk selalu menggunakan masker, jaga jarak, serta menghindari kerumunan guna mencegah penyebaran Covid-19. Hal tersebut secara langsung membatasi berbagai kegiatan aktivitas masyarakat, termasuk kegiatan ekonomi. Dampak pandemi Covid-19 terhadap UKM sangat signifikan, terutama bagi usaha kecil dan menengah. Banyak UKM menghadapi berbagai kendala, seperti penurunan permintaan, penutupan bisnis, serta kesulitan dalam memperoleh akses modal dan dukungan finansial yang dibutuhkan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY bekerja sama dengan Jogja Economic Resilience for Covid-19 (Jercovid) terhadap 1000 UKM yang terdaftar di SiBakul Jogja, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UKM di DIY mengalami dampak signifikan akibat pandemi Covid-19. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa pendapatan pelaku UKM mengalami penurunan hingga 80% dalam triwulan kedua tahun 2020 (Ginting, N.S., 2020). Keberadaan UKM di DIY merupakan salah satu hal yang krusial namun dengan adanya hal tersebut tentu akan merugikan pelaku usaha sehingga diperlukan skema dan upaya untuk menanggulangnya seperti pendataan dan pemberdayaan UKM. Melihat hal tersebut, memantik Pemerintah DIY melalui Dinas Koperasi dan UKM DIY untuk mengambil strategi pemulihan ekonomi dengan SiBakul Jogja.

Sibakul Jogja merupakan sistem informasi dari Dinas Koperasi dan UKM DIY yang berawal dari sebuah inovasi karena adanya permasalahan yang muncul dari sistem data UKM yang belum terpusat dan terintegrasi. SiBakul Jogja merupakan kependekan dari Sistem Informasi Pembinaan Daerah Koperasi dan Pelaku Usaha Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. SiBakul Jogja memiliki fungsi penting untuk meningkatkan efektifitas dan kualitas pembinaan koperasi serta UKM dengan langkah modernisasi. Dhea Shinta Prabandari dan Muhammad Eko Atmojo memaparkan dalam *The Journalist: Social and Government* berjudul Implementasi Platform SiBakul Jogja dalam Pemberdayaan UKM Terdampak Pandemi Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta (2022), secara garis besar manfaat SiBakul Jogja adalah untuk membantu pemasaran digital produk bagi UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun Sibakul juga memiliki manfaat

lain yang dampaknya dapat dirasakan oleh pelaku UKM itu sendiri yaitu penyelenggaraan pelatihan baik pelatihan pemasaran, tata kelola keuangan maupun pelatihan lain yang berguna untuk memajukan usaha mereka. SiBakul Jogja juga memiliki beberapa layanan yang dapat membantu mewujudkan fungsinya, mulai dari promosi pemasaran hingga konsultasi. SiBakul Jogja berperan penting dalam mengintegrasikan dan membina UKM serta Koperasi di Daerah Istimewa Yogyakarta, oleh karenanya, perlu upaya untuk memperkenalkan SiBakul Jogja serta memberi informasi dan persuasi kepada masyarakat. Salah satu media yang dapat digunakan adalah video infografis dengan teknik *motion graphic*. Penggunaan infografis dapat menjadi media yang menarik untuk menyampaikan promosi dan informasi serta teknik *motion graphic* dapat menjadi daya tarik tersendiri kepada audiens.

Video infografis merupakan media yang efektif dalam menyampaikan informasi dan persuasi dengan cara yang menarik, mudah dimengerti, dan mampu memberi gambaran terhadap sebuah pesan secara efektif. Menurut Arief S. Sadiman (2009) memaparkan bahwa video merupakan media visual yang menampilkan gambar dan suara. Video dapat digunakan sebagai media yang efektif dalam menyampaikan sebuah pesan, seperti yang dipaparkan oleh Arif Hartono (2018) bahwa video merupakan media yang efektif dalam menyampaikan sebuah pesan serta dapat meningkatkan penonton, terutama pada kemampuannya menggabungkan audio, visual, dan narasi. Gita Widya Laksmi (2014) juga berpendapat dalam artikel jurnalnya yang berjudul *Mengapa Video Online Menarik?*, bahwa video mempunyai kelebihan dalam menyajikan sebuah pesan secara visual sehingga lebih menarik perhatian penonton, terutama dalam era digital yang ditandai dengan tumbuhnya berbagai media sosial serta konten video online. Infografis merupakan kependekan dari "informasi dan grafis" dimana informasi disampaikan secara tersusun menggunakan isyarat-isyarat visual. Menurut Alberto Cairo dalam *How Charts Lie: Getting Smarter about Visual Information* (2019), infografis merupakan representasi visual yang menyajikan informasi dengan menggunakan kombinasi gambar grafik, dan teks. Infografis bertujuan untuk membantu audiens untuk memahami informasi secara

cepat dan efektif. Pada buku Mahir Menggunakan Canva bagi Pemula karya Moh. Khoiril Umam, dkk (2023) memaparkan bahwa Infografis merupakan suatu bentuk visualisasi data untuk menyampaikan informasi yang kompleks jadi lebih sederhana, infografis dapat memudahkan audiens untuk memahami pesan dari sebuah data tersebut. Video infografis merupakan gabungan antara video dan infografis, dimana hal tersebut dapat menjadi pendekatan kuat dalam mengkomunikasi pesan dengan visual dan menarik. Gabungan keduanya dapat memberi kesan visual yang kuat dan mempermudah pemahaman pesan. Penggunaan elemen-elemen visual seperti gambar, suara, grafik, dan tipografi mampu memberikan pesan dengan jelas, unik, menarik, serta mudah diingat oleh penonton. Video infografis dapat menjadi media penyampaian yang menarik dengan diproduksi dengan beberapa teknik, salah satu teknik yang dapat memikat audiens yaitu teknik *motion graphic*.

Era modern ini membawa inovasi kreatif dalam pembuatan video, salah satunya yaitu teknik *Motion graphic*. *Motion graphic* berasal dari bahasa Inggris dari kata “*motion*” berarti gerak dan “*graphic*” berarti grafis atau gambar, sehingga *motion graphic* sering disebut gambar bergerak. Teknik ini mampu menggerakkan visual serta menggabungkan audio sehingga dapat menciptakan suatu ilusi gerak/ transformasi. Menurut Michael Betancourt (2013) dalam bukunya yang berjudul *The History of Motion Graphic*, *motion graphic* merupakan grafik yang menggunakan *footage* dari video atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerakan dan umumnya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam proyek multimedia. (Motion by Design, 2006: 7) *Motion graphic* merupakan media visual yang menggabungkan desain grafis dan film dengan menambahkan berbagai elemen dasar yang berbeda seperti desain objek 2 dimensi, desain objek 3 dimensi, animasi, ilustrasi, fotografi, video, musik, dan tipografi. Dalam buku *Exploring Motion Graphic* yang ditulis oleh Rebecca Gallagher dan Andrea Moore Paldy (2006) menjelaskan bahwa setiap desain memiliki susunan visual yang digunakan untuk mengarahkan penonton memahami suatu informasi penting yang disampaikan pada desain tersebut. Perbedaan antara informasi primer dan yang lain yaitu terdapat indikasi adanya

susunan visual yang kuat. Pentingnya informasi akan menentukan elemen mana yang akan ditonjolkan dan bagaimana informasi tersebut tertera pada suatu desain. Kelebihan-kelebihan yang ditawarkan oleh *motion graphic* tersebut mampu memberikan perubahan terhadap dunia digital dalam menyampaikan informasi secara efektif. Hal tersebut tentu juga dimanfaatkan untuk berbagai sektor untuk memudahkan penyebaran informasinya atau dengan kata lain dapat digunakan sebagai media promosi menyampaikan pesan.

Media promosi merupakan sarana untuk menarik perhatian calon pelaku usaha agar informasi yang disampaikan memiliki daya tarik, mudah dipahami, serta dapat memvisualisasikan suatu informasi secara efektif. George E. Belch dan Michael A. Belch dalam buku *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective* (2007) menggambarkan media promosi sebagai alat komunikasi yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran mereka, termasuk di dalamnya adalah iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran digital. Media promosi adalah segala bentuk saluran atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan promosi kepada target audiens atau konsumen. Media promosi memiliki peran untuk memperkenalkan, mempromosikan, serta mempengaruhi sebuah informasi terhadap target yang dituju. Contoh media promosi meliputi iklan televisi, iklan radio, promosi penjualan, pemasaran langsung, kegiatan pemasaran acara atau sponsorship, iklan cetak serta pemasaran online. Pengemasan sebuah media promosi yang efektif harus disesuaikan berdasarkan target pasar, tujuan, anggaran, serta karakteristik pesan yang akan dipromosikan. Contohnya pada pemasaran online seperti iklan digital dan media sosial, media promosi yang digunakan harus dapat dikemas dalam bentuk digital sehingga mampu disebarkan pesan sesuai medianya. Salah satu media promosi berbasis digital yaitu video infografis yang dikemas dengan teknik *motion graphic*.

Pada era digital yang didominasi oleh konten visual dan platform media sosial, video infografis dengan *motion graphic* berpotensi menjadi media promosi yang efektif dan memikat bagi target pasar. Kelebihan video infografis dalam mengkomunikasikan sebuah informasi secara jelas dan singkat dapat menjadi

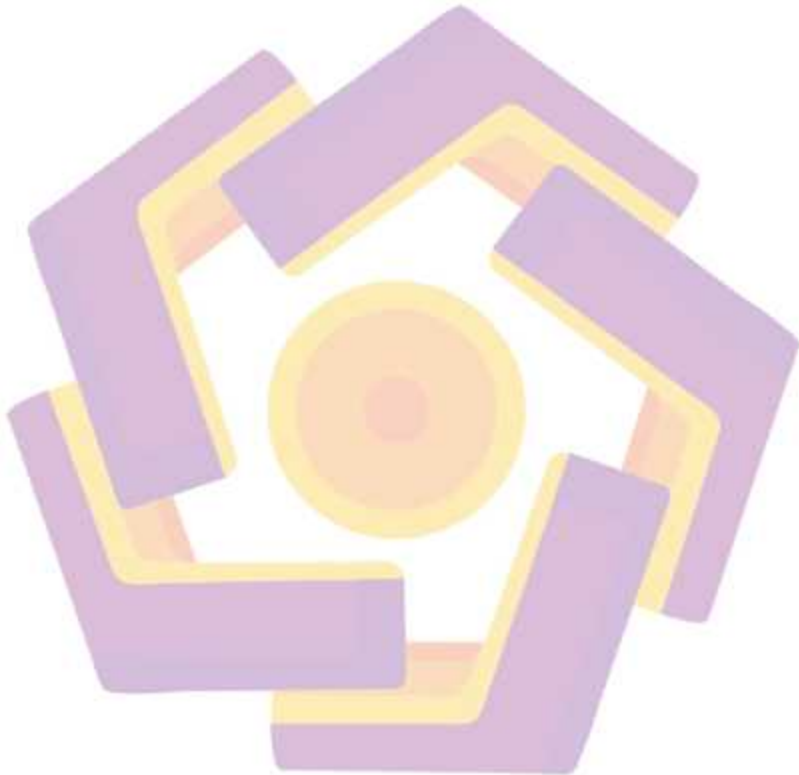
media promosi untuk memperkenalkan SiBakul Jogja. Penggunaan *motion graphic* juga dapat memberikan kesan baru dan inovatif, yang dapat menarik perhatian pelaku usaha di era digital yang ditandai dengan konsumsi konten video yang tinggi. Penggunaan media video infografis mampu menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan informasi dengan cara yang menarik, mudah dipahami, dan mampu memvisualisasikan pesan secara efektif. Video infografis mampu menciptakan pengalaman visual yang menarik dan memikat sedangkan *motion graphic* dapat memberi kesan dinamis pada infografis sehingga dengan memperkuat pesan yang ingin disampaikan kepada audiens pesan akan lebih menarik, kreatif. Visual yang dinamis dapat membangun kesan profesional dan mempengaruhi audiens.

Pentingnya peran SiBakul Jogja dalam mengintegrasikan dan membina UKM serta Koperasi tercermin dalam penggunaan media promosi sebagai sarana untuk menarik perhatian calon pelaku usaha. Diperlukan media yang dapat mempermudah penyampaian informasi SiBakul Jogja sebagai platform yang dapat membantu dalam mengembangkan UKM. Selain itu, layanan-layanan yang ditawarkan oleh SiBakul Jogja seperti konsultasi yang masih kurang dikenal oleh pelaku usaha maupun calon pelaku usaha juga perlu disorot dan diperkenalkan. Media promosi berbasis digital seperti video infografis dengan *motion graphic* dapat menjadi pilihan untuk mengenalkan SiBakul Jogja dan layanannya, sehingga dapat meningkatkan minat mendaftarkan usahanya ke SiBakul Jogja, serta memberikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami terhadap layanan-layanan yang diberikan. Oleh sebab itu, penulis mengangkat penelitian skripsi dengan judul "Perancangan Video Infografis sebagai Media Promosi dan Informasi Menggunakan *Motion Graphic* pada SiBakul Jogja", dengan harapan dapat menjadi media promosi dan informasi yang efektif untuk menarik pelaku usaha baru untuk mendaftarkan usahanya serta memperkenalkan layanan-layanan yang diberikan SiBakul Jogja kepada UKM yang sudah mendaftarkan usahanya.

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan

permasalahan yaitu “Bagaimana cara menyampaikan promosi dan informasi tentang keunggulan layanan konsultasi online SiBakul Jogja dalam menggunakan video infografis yang dikemas dengan teknik *motion graphic*?”.



1.3 Tujuan

Melihat dari latar belakang dan rumusan masalah diatas penelitian ini memiliki maksud dan tujuan untuk membuat video infografis sebagai media promosi dan informasi tentang keunggulan layanan konsultasi online SiBakul Jogja dengan teknik *motion graphic*.

1.4. Manfaat

Adapun 2 manfaat pada skripsi karya ini, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.1.1. Manfaat Teoritis

Konten video promosi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang multimedia, komunikasi pemasaran dengan menggali lebih dalam terkait penggunaan video infografis dengan teknik *motion graphic* sebagai media promosi dan informasi. Sehingga dapat menambah wawasan dan keilmuan komunikasi. Serta sebagai acuan bagi khalayak yang ingin memanfaatkan kemajuan teknologi dengan konten karya sejenis terkhusus Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

1.1.2. Manfaat Praktis

Konten video promosi ini diharapkan dapat mempermudah penyebaran informasi mengenai SiBakul Jogja kepada pelaku usaha serta dapat membantu menyebarkan informasi untuk membantu menyelesaikan permasalahan terkait, serta diharapkan dapat membantu menarik calon pelaku usaha UKM dan Koperasi untuk bergabung dengan SiBakul Jogja.