

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital saat ini membuat metode pemasaran suatu produk menjadi lebih berkembang dan inovatif. Salah satunya yaitu pemasaran digital melalui media sosial telah meningkat dalam beberapa waktu terakhir. Media sosial saat ini telah menyediakan metode komunikasi baru untuk menghubungkan konsumen dan pelaku bisnis. Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk meningkatkan strategi pemasaran kepada konsumen secara langsung melalui media sosial.

Di Indonesia, terdapat kurang lebih 59,2 juta pelaku UMKM yang memberikan kontribusi 56% dari total perekonomian negara sampai saat ini. Perkembangan UMKM saat ini tercatat lebih dari 65 juta. Berdasarkan data jumlah UMKM tahun 2020, UMKM yang sudah masuk online masih sekitar 3,97% juta [1]. Padahal, saat ini pemasaran produk secara digital dapat dilakukan melalui media sosial untuk memperoleh pasar yang lebih luas. Inilah yang menjadi salah satu alasan terbaik mengapa UMKM harus mencoba memasarkan melalui media sosial, yakni karena konsumen menghabiskan sebagian besar waktunya di media sosial.

Pisang Manja adalah salah satu UMKM di bidang usaha kuliner kekinian dengan produk makanan siap saji yang berasal dari olahan pisang yang telah memasarkan produknya secara digital melalui media sosial Instagram. Saat ini promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM Pisang Manja melalui media sosial Instagram masih mengandalkan foto-foto produk tanpa menyertakan informasi

yang lengkap dan menarik. Salah satu cara yang dapat dijadikan alternatif promosi adalah dengan membuat video motion graphic yang menampilkan semua informasi produk yang dapat menarik konsumen untuk membeli dan meningkatkan popularitas dari produk UMKM Pisang Manja.

Motion graphic adalah jenis animasi yang menggabungkan teks, grafik, warna dan gerakan untuk membuat konten video yang menarik secara visual. Saat ini motion graphic dapat ditemukan di semua platform digital, yang telah menciptakan segala macam bidang dan peluang baru [2]. Menurut Gitosudarmo (2014:155) promosi yaitu kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar dapat mengenali produk yang ditawarkan sehingga konsumen menjadi senang dan akhirnya membeli produk tersebut. Promosi menjadi salah satu unsur pemasaran yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan [4].

Menurut Fahmi Chaeriyantama memperlihatkan bahwa perancangan media promosi dengan motion graphics dapat menunjang keberhasilan yang di promosikan. Motion Graphics dapat menjadi media informasi yang efektif untuk memperkenalkan kapasitas, kualitas, dan nama produk [4].

Berdasarkan uraian di atas, penggunaan media promosi video dalam mendukung pemasaran atau promosi, dapat meningkatkan identitas dari produk atau jasa yang ditawarkan serta menarik minat konsumen untuk membeli produk dan menggunakan jasa yang ditawarkan. Peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan membuat video promosi menggunakan teknik motion graphic yang berjudul "**Implementasi Teknik Motion Graphic dalam Pembuatan Video Iklan Pisang Manja**". Penggunaan video promosi menggunakan Motion Graphics

melalui media sosial Instagram pada UMKM Pisang Manja diharapkan mampu mendorong UMKM Pisang Manja menjadi produk yang dapat dikenal masyarakat secara luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana membuat dan mengimplementasikan video iklan Pisang Manja sebagai media promosi di media sosial Instagram UMKM Pisang Manja?”.

1.3 Batasan Masalah

Pembuatan video iklan Pisang Manja, dibatasi pada batasan-batasan sebagai berikut:

1. Pembuatan video iklan ini mengambil objek pada perusahaan UMKM Pisang Manja.
2. Video yang dibuat menggunakan teknik motion graphic 2D.
3. Video iklan Pisang Manja akan diimplementasikan pada media sosial Instagram milik UMKM Pisang Manja.
4. Video iklan memiliki standar resolusi 1080p dan ekstensi file .mp4 dengan target durasi 60 detik
5. Video iklan dibuat menggunakan aplikasi Adobe After Effects dan Adobe Illustrator 2020

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat video motion graphic sebagai media promosi di media sosial Instagram UMKM Pisang Manja.
2. Mengimplementasikan video yang telah dibuat sebagai media promosi produk UMKM Pisang Manja.
3. Menerapkan ilmu motion graphic yang diterima di perkuliahan dalam membantu UMKM mempromosikan produknya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penulisan skripsi ini adalah, sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya atau bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian tentang video edukasi serta sebagai literatur untuk menambah ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Bagi Penulis

Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam mengenal dan menerapkan ilmu yang didapat selama menempuh studi di Universitas Amikom Yogyakarta.

3. Bagi usaha kuliner Pisang Manja

- a. Video yang dibuat dapat digunakan sebagai media promosi Pisang Manja.
- b. Video iklan ini diharapkan dapat memperkenalkan Pisang Manja di masyarakat luas.
- c. Untuk mendongkrak promosi penjualan di Pisang Manja

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi pihak yang akan melakukan penelitian tentang topik video edukasi.

1.6 Metode Penelitian (MDLC)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif yaitu studi kasus. Penulis menggunakan data primer yang dilakukan dengan memperoleh data yang dikumpulkan dari objek, kemudian di tambah dengan referensi yang berasal dari buku-buku, jurnal, internet serta contoh penulisan skripsi lainya yang berkaitan dengan rancangan pada video promosi yang penulis buat.

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah [5].

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan informasi dan data yang nantinya akan diolah menjadi sebuah informasi dalam pembuatan video promosi. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan lapangan secara langsung terhadap objek penelitian Pisang Manja, karena tujuan utama dari penelitian adalah pendapatan data. Teknik yang di ambil untuk dijadikan sebuah video.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara dengan metode tanya jawab dengan Bapak Solih selaku owner dari Pisang Manja secara langsung dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan informasi produk yang dihasilkan Pisang Manja adalah berbagai macam makanan ringan olahan pisang mulai dari pisang goreng, pisang nugget, dan berbagai macam kombinasi topping. Untuk saat ini Pisang Manja hanya mempromosikan sendiri kepada teman-teman narasumber dan juga tambahan seperti soaial media Facebook dan Whatsapp.

3. Metode Studi Pustaka

Membaca buku-buku referensi yang berkaitan dengan motion graphic dan jurnal-jurnal yang berkaitan.

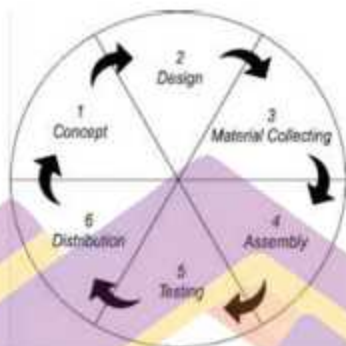
1.6.2 Metode Analisis

Penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT yang terdiri dari Strenghts (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang), dan Threats (Ancaman). Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasikan suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang disebabkan faktor internal dan faktor eksternal.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yang di gunakan dalam pembuatan video promosi ini menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Ada enam

tahap dalam MDLC, yaitu Concept, Design, Material Collecting, Assembly, testing, dan distribution [6].



Gambar 1. 1 Tahapan Pengembangan MDLC

1. Konsep (Concept)

Konsep yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah dengan menentukan tema dari video animasi motion graphic tersebut, lalu membuat konsep harus bagaimana video promosi motion graphic akan di buat dan juga menulis cerita/alur dan skenario.

2. Perancangan (Design)

Tahap yang digunakan untuk bagian design adalah mendesain karakter yang cocok dengan tema video animasi motion graphic ini seperti apa, lalu mendesain background yang menarik agar cocok dengan tema, dan juga membuat storyboard untuk penelitian ini.

3. Pengumpulan Bahan (Material Collecting)

Material collection sendiri adalah tahap di mana pengumpulan bahan yang di butuhkan dalam pembuatan video animasi motion graphic ini. Bahan-bahan yang dibutuhkan antara lain clip art, foto, animasi, video, audio yang

berkaitan dengan tema. Tahap ini bisa dikerjakan secara bersamaan dengan tahap assembly.

4. Perakitan (Assembly)

Dalam tahap assembly ini mencakup pembuatan rigging, merancang in between, memberi warna, dubbing, editing, compositing, rendering. Pembuatan video promosi ini di dasarkan pada tahap design.

5. Pengujian (Testing)

Pada tahap pengujian dilakukan setelah pembuatan video animasi motion graphic selesai, agar dapat di lihat ada kesalahan atau tidak.

5. Distribusi (Distribution)

Distribusi tahap dimana aplikasi akan disimpan dalam suatu media penyimpanan, dan apabila media penyimpanan tidak cukup lagi untuk menampung aplikasinya akan dilakukan kompresi.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai isi dari skripsi ini, maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan dan perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan seputar Ide Cerita, Naskah, dan Storyboard pada pembuatan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan tentang tahapan pembuatan animasi dari produksi hingga pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang ingin di sampaikan oleh penulis.

