

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang serba cepat dan kompetitif seperti saat ini, kemampuan untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat audiens menjadi kunci keberhasilan bagi setiap perusahaan. Salah satu alat yang efektif dalam mencapai hal ini adalah melalui video company profile. PT. Rumpun Adji Nusantara, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang tertentu, menyadari bahwa memiliki sebuah video company profile yang menarik dan informatif sangat penting dalam memperkenalkan perusahaan dan meningkatkan kepercayaan klien potensial.

Penerapan teknik motion graphic dalam video company profile menjadi pilihan yang tepat bagi PT. Rumpun Adji Nusantara. Motion graphic, sebagai salah satu bentuk seni digital yang menggabungkan elemen-elemen grafis dengan gerakan animasi, mampu menciptakan visual yang menarik dan dinamis. Dengan menggunakan teknik ini, perusahaan dapat menyampaikan informasi tentang profil perusahaan, produk, dan layanan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens.

PT Rumpun Adjie Nusantara, dalam melakukan promosi di media sosial, tunduk pada ketentuan yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Permenperin 80/2019). Peraturan ini mengatur berbagai aspek perdagangan elektronik, termasuk prosedur promosi di platform media sosial. Sebagai perusahaan yang bergerak di ranah perdagangan elektronik, PT Rumpun Adjie Nusantara diharapkan

mematuhi ketentuan mengenai pemberian informasi kepada konsumen dengan jujur dan akurat, penggunaan tanda jaminan yang sesuai, serta kewajiban dalam menyelesaikan sengketa yang mungkin timbul dalam perdagangan elektronik. Dengan mematuhi peraturan ini, PT Rumpun Adjie Nusantara dapat memastikan bahwa aktivitas promosi mereka di media sosial dilakukan secara transparan dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, sehingga memperkuat kepercayaan konsumen dan menjaga reputasi perusahaan.

Dengan memahami dan mematuhi landasan hukum yang mengatur pentingnya media informasi, PT. Rumpun Adji Nusantara dapat memastikan bahwa video company profile mereka tidak hanya efektif sebagai alat promosi dan branding, tetapi juga legal dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Hal ini akan membantu perusahaan dalam membangun citra yang positif di mata konsumen dan memperkuat posisi mereka di pasar.

Atas uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat sutau video berbasis multimedia interaktif yang mampu mendorong tingkat keberhasilan dan income dari PT. Rumpun Adji Nusantara sebagai objek penelitian sehingga mampu menarik minat dari konsumen luas untuk lebih mengenal produk yang ditawarkan. Selain itu, perancangan video ini dapat memberikan solusi bagi usaha PT. Rumpun Adji Nusantara untuk meningkatkan tingkat produktivitas serta menjangkau pasar yang lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu “Bagaimana merancang video iklan yang informatif menggunakan Motion Graphic?”.

1.3 Batasan Masalah

Adapun Batasan – Batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu.

1. Penggunaan platform promosi adalah melalui Instagram.
2. Materi iklan adalah video dengan durasi 0.59 detik.
3. Fokus penelitian adalah pada produk PT. Rumpun Adjie Nusantara.
4. Video diproduksi dengan kualitas HDTV 1080p 24 High Quality dan format file mp4.
5. Semua regulasi dan materi yang diperlukan dalam pengembangan video disesuaikan dengan karakteristik produk yang diteliti.
6. Hasil penelitian ini berupa produk video yang akan dipublikasikan di media sosial.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini yaitu untuk merancang video iklan yang informatif menggunakan Teknik Motion Graphic.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Untuk Universitas Amikom Yogyakarta

- 1) Penguatan Citra sebagai Pusat Pendidikan Inovatif: Melalui penelitian ini, Universitas Amikom Yogyakarta dapat menunjukkan komitmennya dalam mengembangkan riset yang relevan dengan tren industri dan teknologi terkini, sehingga memperkuat citra universitas sebagai lembaga pendidikan yang inovatif dan adaptif.
- 2) Peningkatan Reputasi sebagai Pusat Riset dan Pengembangan: Dengan menghasilkan penelitian yang memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan teknologi pemasaran digital, Amikom Yogyakarta dapat meningkatkan reputasinya sebagai pusat riset dan pengembangan yang berkualitas, baik di tingkat nasional maupun internasional.
- 3) Peluang Kerja sama Industri: Hasil penelitian yang relevan dengan kebutuhan industri, seperti penggunaan media sosial untuk promosi dan pemasaran produk, dapat membuka peluang kerja sama antara universitas dan perusahaan-perusahaan lokal maupun internasional, sehingga memperluas jejaring dan kolaborasi dalam hal riset dan pengembangan.

1.5.2 Untuk PT. Rumpun Adjie Nusantara

- 1) Peningkatan Target Pasar: Dengan memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif seperti iklan berbasis video di Instagram, perusahaan seperti PT. Rumpun Adjie Nusantara dapat meningkatkan visibilitas

produknya, menjangkau khalayak yang lebih luas, dan akhirnya meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka.

- 2) Penguatan Citra dan Brand Awareness: Penggunaan media promosi yang inovatif dan menarik dapat membantu memperkuat citra merek perusahaan, meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen, dan membedakan perusahaan dari pesaingnya di pasar yang kompetitif.
- 3) Peningkatan Keterlibatan Pelanggan: Dengan menciptakan konten yang menarik dan relevan, seperti video pendek yang kreatif, perusahaan dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan mereka di media sosial, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan membangun komunitas yang loyal.

1.5.3 Untuk Peneliti

- 1) Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan: Melalui penelitian ini, penulis dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam bidang pemasaran digital, produksi konten multimedia, dan analisis data, yang merupakan kompetensi yang sangat bernilai di era digital saat ini.
- 2) Peningkatan Profesionalisme: Penulisan dan publikasi penelitian ini dapat meningkatkan profil profesional penulis di industri atau akademisi, memperluas jaringan profesional mereka, dan membuka peluang karir di bidang terkait.
- 3) Kontribusi terhadap Pengembangan Ilmu Pengetahuan: Melalui penelitian ini, penulis dapat memberikan kontribusi baru terhadap

literatur akademis dan praktik industri dalam bidang pemasaran digital dan penggunaan media sosial untuk promosi dan branding.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah sistematika penulisan pada penelitian berbasis perancangan video iklan menggunakan motion graphic sebagai media informasi.

BAB I PENDAHULUAN, Membahas mengenai pengantar permasalahan yang akan dibahas sekaligus mendasari penelitian ini, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSATAKA, Menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian yang dirancang menggunakan Teknik Motion Graphic.

BAB III METODE PENELITIAN, Menjelaskan mengenai analisis dan perancangan, seperti Analisis SWOT, Analisis Kebutuhan Fungsional, Analisis Kebutuhan Non Fungsional, Perancangan Storyboard, Perancangan Naskah, dan Ide.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN, Membahas mengenai hasil jadi serta bukti proses pembuatan rancangan yang dibuat serta melakukan pengujian mengenai kepuasan terhadap media promosi berupa video.

BAB V PENUTUP, Memuat bab penutup seperti kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.