

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penyebaran informasi zaman sekarang tentunya sudah sangat canggih dan juga cepat. Selain itu, seiring dengan kemajuan teknologi, sarana, kesempatan, ide, dan konsep media elektronik, serta penyebaran informasi dari mulut ke mulut, yang masing-masing memiliki area jangkauan penyebaran yang berbeda beda, tentunya dari penelitian kali ini untuk penyebaran informasi dari mulut ke mulut itu sudah sangat jadul dan tidak relevan untuk digunakan di zaman yang sudah canggih seperti ini. Tidak hanya itu penyebaran informasi dari mulut ke mulut juga memiliki area jangkauan penyebaran yang sempit dan juga sangat lambat sampai ke media digital, dibandingkan dengan video iklan *product* yang memiliki area jangkauan penyebaran yang luas serta ide dan konsep yang menarik dalam menyampaikan informasi untuk menyampaikan informasi juga ikut berkembang. Ini termasuk penyebaran digital[1].

Salah satu Teknik yang telah mendapatkan perhatian dalam pembuatan video iklan adalah penggunaan grafik bergerak 2d atau biasa di kenal dengan **2D MOTION GRAPHIC**. Motion graphic adalah Teknik visual yang menggabungkan *element* grafis, teks dan animasi dalam video. Teknik ini memungkinkan pembuatan video untuk menyampaikan pesan secara efektif, menjelaskan konsep atau menjual product dengan cara yang lebih menarik dari video statis atau *traditional*.

Kendati demikian, implementasi *2D motion graphic* dalam pembuatan video iklan memerlukan pemahaman mendalam tentang Teknik Teknik disain grafis, animasi dan kreatifitas visual. *Motion graphic* tentunya menggunakan *element* grafis, teks dan animasi untuk menyampaikan pesan secara kreatif dan menarik. *Adobe after effect* perangkat lunak *professional* yang banyak digunakan di industri film dan pemasaran, telah menjadi pilihan utama dalam pembuatan *motion graphic*. *After effect* menawarkan beragam

alat dan fitur yang memungkinkan pembuat video untuk menciptakan efek visual yang mengesankan, transisi yang mulus dan animasi yang menarik.

Dalam era pemasaran yang terus berkembang implementasi Motion graphic pada sebuah video iklan menjadi solusi yang sangat tepat untuk menjangkau dan memengaruhi konsumen, susu sarjana menghadapi sebuah permasalahan untuk memasarkan produk mereka pemasaran produk dari susu sarjana[2].

biasanya hanya menggunakan banner promosi dan juga foto-foto dari produk mereka kemudian di upload ke media social, mereka ingin memiliki media promosi yang baru dan juga kreatif, tidak hanya menggunakan metode yang mereka terapkan selama ini, oleh karena itu saya menyarankan ke susu sarjana untuk mengambil pemecahan masalah mereka berupa implementasi *motion graphic* pada video iklan susu sarjana karena *motion graphic* memiliki kreativitas yang tinggi dan penggunaan elemen animasi dan grafis gerak, ini tentu bisa menjadi pemecahan masalah yang di hadapi oleh susu sarjana. *Motion graphic* juga memiliki urgensi dalam meningkatkan jumlah konsumen, Gerakan dan animasi dapat menciptakan pengalaman yang lebih memikat, memungkinkan konsumen untuk lebih terlibat dengan pesan yang di sampaikan, penggunaan *motion graphic* juga dapat menjadi elemen berbeda yang dapat membuat video iklan susu sarjana menjadi lebih efektif penelitian ini akan menunjukan bagaimana *motion graphic* dapat di implementasi kan dengan efektif dalam menciptakan sebuah video iklan yang kreatif tan menarik Hasil penelitian ini akan menjadi dasar bagi susu sarjana untuk menyempurnakan strategi periklanan mereka, dengan lebih sering mengintegrasikan *motion graphic* dalam kampanye mereka untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas dalam menyampaikan informasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih baik tentang keefektifan *motion graphic* dalam iklan, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka di pasar yang kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah mengkaji latar belakang di atas penulis mendapatkan rumusan masalah yaitu Bagaimana teknik 2D *motion graphic* dapat digunakan dalam pembuatan video iklan untuk produk susu Sarjana Yogyakarta?

1.3 Batasan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah maka Batasan penelitian yang di lampirkan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Penelitian ini hanya fokus pada implementasi *motion graphic* dalam pembuatan video iklan produk susu Sarjana menggunakan *Adobe After Effects*.
- b. Tantangan teknis dalam produksi video iklan dengan 2D *motion graphic* akan menjadi fokus, termasuk pemahaman mendalam tentang *Adobe After Effects*, keterampilan desain grafis, dan kreativitas visual yang diperlukan.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk memberikan panduan yang berharga bagi perusahaan dan pemasar dalam memaksimalkan potensi *motion graphic* dalam mempromosikan produk susu Sarjana Yogyakarta melalui media visual yang inovatif. Membantu Susu sarjana untuk dapat dikenal lebih banyak masyarakat dengan mudah dan mendapatkan lebih banyak *client*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis maupun orang lain:

- a. Terasah nya skill desain yang sudah di miliki memberikan gambaran atau referensi bagi siapa saja yang memiliki ide video iklan dengan menggunakan Teknik *motion graphic*
- b. *Client* dengan mudah mendapatkan informasi mengenai produk-produk terbaru yang bervariasi dan dapat dengan jelas memahami keunggulan apa saja yang terdapat di Susu sarjana.

- c. Dengan mengadopsi teknik kreatif seperti *motion graphic* 2D, perusahaan dapat meningkatkan daya saing nya dalam pasar yang semakin kompetitif. Ini dapat membantu mereka menonjol di antara pesaing dan memikat lebih banyak konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang di bahas dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat hal-hal yang berkaitan dengan pokok permasalahan dalam penelitian seperti: latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung untuk dijadikan dasar dalam proses penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang penjelasan mengenai langkah perancangan system yang akan di buat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang hasil dari penelitian dan juga sekaligus pembahasan mengenai penelitian yang telah di kerjakan

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diharapkan agar penelitian bermanfaat untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini memuat tentang kumpulan sumber bacaan yang digunakan selama proses penelitian dengan menyebutkan asal-usul sumber tersebut.

LAMPIRAN

Bab ini berisi tentang keterangan pendukung penelitian sehubungan dengan permasalahan yang dianalisis, seperti data-data penelitian, kuesioner, gambar, surat ijin penelitian serta data lain nya yang diperlukan dalam penelitian.

