

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis dalam industri konstruksi mendorong pelaku bisnis untuk mencari cara baru dalam membangun *brand awareness* yang kuat di benak konsumen. *Brand awareness* menjadi elemen penting dalam mempromosikan sebuah produk karena mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan. Salah satu pendekatan yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* adalah melalui media visual yang menarik, video animasi berbasis *motion graphic*. Pendekatan ini dianggap efektif karena mampu menggabungkan elemen visual dan *audio* secara kreatif dan menarik, sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens dibandingkan dengan materi promosi konvensional.

Homeland Interior adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang desain interior. Perusahaan ini telah berdiri sejak 2018 dan dikelola oleh CV Dharma Cipta Karya. Dengan fokus pada layanan perancangan dan eksekusi ruang yang estetis dan fungsional. Tidak hanya berfokus pada interior, homeland interior juga memberikan layanan konsultasi gratis, survey ke tempat gratis, renovasi hingga maintenance.

Sebelumnya, strategi pemasaran Homeland Interior hanya sebatas mulut ke mulut, dan mengikuti expo yang kolaborasi dengan perumahan The Grand Vista 2023. Lalu pada bulan April 2024, sedang berupaya meningkatkan brand awareness mereka dengan membuat akun sosial media TikTok dan Instagram @homeland.interiors sebagai media promosi. Meskipun memiliki portofolio proyek yang cukup banyak dan layanan berkualitas, pemilik Homeland Interior ingin karya yang mereka buat, dapat dilihat tidak hanya oleh teman temannya, melainkan dapat dilihat oleh Masyarakat luas. Oleh sebab itu untuk meraih itu semua dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan *brand awareness* yaitu dengan animasi motion graphic

Oleh karena itu, Tugas Akhir ini akan membuat video animasi motion graphic untuk promosi Homeland Interior, dengan metode MDLC. Dengan metode MDLC akan memastikan setiap langkah dalam perancangan video animasi, dapat dilakukan dengan jelas pada tujuan dan meminimalisir terjadinya kesalahan saat

video animasi didistribusikan. Pengujian pada Tugas Akhir ini akan menganalisis *engagement rate* dari video animasi yang dibuat. Dan diharapkan informasi yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat dan meningkatkan *brand awareness* Homeland Interior

1.2 Perumusan masalah

Berdasar latar belakang yang sudah ditetapkan adapun perumusan masalah yang akan digunakan pada tugas akhir ini adalah

Bagaimana implementasi metode MDLC untuk pembuatan video animasi berbasis *motion graphic* pada Homeland Interior dalam membangun *brand awareness*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berfokus pada merancang video animasi berbasis *motion graphic* yang efektif dalam meningkatkan (*brand awareness*) Homeland Interior.

1.4 Batasan Masalah

Tuliskan batasan-batasan yang membetasi lingkup atau scope penelitian sebagai berikut:

1. Video animasi hanya berfokus pada perancangan video animasi Homeland Interior dalam meningkatkan *brand awareness*
2. Penelitian ini menggunakan Teknik *motion graphic* dan perangkat lunak adobe illustrator, adobe after effect, dan adobe premiere
3. Pembuatan video animasi ini berdurasi 70 detik, dengan format file mp4
4. Platform digital yang digunakan untuk mendistribusikan video animasi tersebut, seperti media sosial (*instagram dan tiktok*)
5. Pengujian yang akan dilakukan yaitu dengan menganalisis *engagement rate* konten video animasi yang akan dibuat

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini untuk Homeland Interior adalah sebagai berikut:

Manfaat bagi Homeland Interior:

1. Menjadi solusi pembuatan konten dengan visualisasi animasi 2D yang

dapat meningkatkan *brand awareness*

2. Membantu membangun *personal branding* dan membedakan Homeland interior dengan pesaing
3. Menjadi strategi pemasaran yang efektif berbasis visual animasi 2D yang sesuai dengan tren digital saat ini

Manfaat bagi penulis:

1. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi portofolio yang kuat dalam animasi motion graphic
2. Penulis mendapatkan pengalaman praktis dalam membuat konten yang relevan dengan kebutuhan *branding*

Manfaat bagi penulis:

1. Penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan literatur tentang peran animasi motion graphic dalam meningkatkan *brand awareness*
2. Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk studi serupa di masa mendatang tentang penggunaan animasi dalam strategi pemasaran digital

