

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital, media sosial menjadi sarana promosi efektif bagi usaha kuliner untuk menjangkau konsumen lebih luas. Namun, keberhasilan penjualan tidak hanya bergantung pada promosi, tetapi juga kualitas produk dan harga yang tepat. Penelitian pada Toko Kue Keikeu menunjukkan bahwa ketiga faktor ini berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kualitas produk sebagai faktor paling dominan. Kombinasi promosi kreatif, kualitas terjaga, dan harga yang kompetitif menjadi kunci dalam meningkatkan minat beli dan mempertahankan loyalitas konsumen.[1]

Studio foto Kala Senja, sebagai usaha jasa di bidang fotografi yang mengedepankan konsep estetik dan suasana emosional, membutuhkan strategi promosi yang mampu menonjolkan karakter visual dan nuansa unik yang ditawarkan. Hal ini menyebabkan pesan promosi menjadi kurang menonjol di tengah banjir konten digital yang bersifat seragam dan repetitif. Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, penggunaan animasi 2D berbasis motion graphic muncul sebagai solusi yang potensial. Media ini mampu menyampaikan pesan secara dinamis, ringkas, dan menarik melalui gerakan visual, ilustrasi, dan elemen desain yang dapat disesuaikan dengan identitas merek.

Keunggulan *motion graphics* 2D dalam dunia promosi juga diaplikasikan pada sektor UMKM, dimana media promosi digital dengan animasi membuahkan peningkatan awareness hingga 30 % dalam sebulan pertama[2]. Selain itu, Rizal, Butsiarah & Pahany[3] menunjukkan bahwa desain animasi motion graphic 2D terbukti efektif dalam mendukung aktivitas promosi digital. Dalam konteks studio foto Kala Senja, animasi 2D dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan suasana studio, proses layanan, dan pengalaman yang akan dirasakan pelanggan dengan pendekatan visual *storytelling*.

Melalui animasi berdurasi singkat dan non-dialogis, penonton diajak mengenal dan merasakan atmosfer studio tanpa perlu penjelasan verbal. Selain

itu, animasi memudahkan studio untuk menjaga konsistensi estetika visual sesuai brand yang telah dibangun, sehingga membantu memperkuat identitas merek di mata audiens. Lebih jauh, pemilihan format animasi yang ringan, komunikatif, dan sesuai dengan karakter media sosial juga menjadikan konten ini lebih mudah diterima dan dibagikan. Ini membuka peluang besar bagi studio untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa biaya promosi yang besar, sekaligus memperkuat hubungan emosional dengan calon pelanggan melalui pendekatan visual yang kreatif. Motion graphic merupakan teknik media visual berbasis waktu yang menggabungkan antara film dan desain grafis. Hal itu dapat diwujudkan dengan menggabungkan berbagai elemen seperti animasi 2D dan 3D, teks, musik, film dan ilustrasi.

Motion graphic yang diterapkan secara tepat dapat meningkatkan kualitas visual, memperkuat narasi, dan memudahkan pemahaman penonton. Studi pada *Kelana Si Centil* membuktikan bahwa teknik animation graphic, split motion, dan kinetic typography, dipadukan dengan ilustrasi dan warna konsisten, mampu menciptakan identitas program yang menarik dan profesional[4]. MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) digunakan sebagai kerangka kerja pengembangan, dimulai dari konsepsi, desain aset dan storyboard, pengumpulan materi, assembling, pengujian hingga distribusi. Penggunaan *After Effects* sebagai tool dalam pembuatan video promosi dengan animasi Instagram juga sangat umum dan banyak diulas di berbagai tutorial dan template, misalnya pembuatan Instagram Ads untuk Instagram Story/Reels. Media sosial menjadi sarana pemasaran efektif di era digital karena mampu menjangkau pasar luas, meningkatkan penjualan, dan memerlukan biaya rendah, sehingga membantu pelaku usaha, khususnya UMKM, bersaing di pasar modern yang kompetitif.[5]

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan perancangan animasi 2D sebagai media promosi visual untuk studio foto *Kala Senja*, yang tidak hanya menampilkan informasi layanan, tetapi juga mampu menyampaikan pengalaman, emosi, dan karakter visual khas yang menjadi daya tarik utama studio. Dengan demikian, kombinasi animasi 2D, Instagram sebagai media distribusi, *After Effects* sebagai alat produksi, serta metode

MDLC dan teknik *motion graphic*, menawarkan suatu pendekatan sistematis dan kreatif untuk meningkatkan efektivitas promosi kreatif studio foto “Kala Senja”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian/proyek ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang animasi 2D sebagai media promosi yang menarik untuk Studio Foto Kala Senja?
2. Studio Kala Senja Saat ini masih menggunakan hasil dari karya studio untuk melakukan branding.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan ini berfokus pada pembuatan konten visual dan mengidentifikasi pendekatan visual yang mampu menyampaikan pesan promosi secara efektif dan sesuai dengan gaya animasi yang sesuai dengan identitas studio kala senja agar mampu menarik perhatian audiens target di media social.

1.4 Batasan Masalah

1. Fokus Konten Animasi :

Animasi 2D yang dibuat hanya berfokus pada promosi visual studio foto Kala Senja, dengan menonjolkan identitas visual, suasana estetik, dan layanan studio. Animasi ini tidak membahas aspek teknis fotografi secara mendalam maupun proses pemotretan.

2. Durasi dan Format :

Animasi dikembangkan dalam bentuk video berdurasi maksimal 50 detik, dan khusus dibuat untuk dipublikasikan hanya di platform Instagram.

3. Rentang Waktu Data:

Data dan informasi latar belakang terkait tren promosi digital dan perilaku konsumen pada media sosial dibatasi pada periode sejak awal pembangunan studio foto Kala Senja pada tahun 2023 hingga saat ini untuk memastikan relevansi konten.

4. Metode Pengembangan:

Proses pembuatan animasi dilakukan menggunakan *Adobe After Effects*, dengan pendekatan perancangan yang berorientasi pada storytelling visual dan estetika branding.

5. Pengujian Efektivitas :

Penelitian hanya menguji efektivitas animasi dalam hal daya tarik visual dan peningkatan *brand awareness* melalui survei pada audiens target studio Kala Senja. Penelitian tidak mencakup analisis dampak jangka panjang maupun distribusi luas animasi secara komersial.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teknis

1. Pengembangan Kemampuan Desain dan Animasi :

Meningkatkan keterampilan teknis dalam penggunaan perangkat lunak *Adobe After Effects* untuk membuat animasi 2D yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan branding.

2. Standarisasi Proses Produksi Animasi :

Menjadi panduan atau referensi dalam proses pembuatan animasi 2D untuk media promosi, termasuk tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi yang efisien dan terstruktur.

3. Optimalisasi Konten untuk Platform Digital :

Membantu memahami cara membuat animasi dengan durasi dan format yang tepat untuk platform Instagram, sehingga konten lebih efektif menjangkau dan menarik perhatian audiens.

b. Manfaat Non-Teknis

Menjadi Inspirasi Kreatif bagi Pelaku Usaha :

Memberikan contoh penerapan teknologi animasi dalam strategi pemasaran yang dapat diadaptasi oleh usaha lain, khususnya di bidang jasa kreatif dan fotografi.