

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era digital saat ini, penyebaran informasi melalui media sosial dan platform digital lainnya semakin penting. Salah satu metode yang efektif untuk menyampaikan informasi adalah melalui video iklan layanan masyarakat. Metode *motion graphic*, yang menggabungkan elemen desain grafis dengan animasi, telah terbukti menjadi alat yang menarik dan efisien dalam menarik perhatian audiens. Di tengah perkembangan teknologi dan informasi ini, Bank BPD Giwangan memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan kesadaran masyarakat [1], terutama generasi muda mengenai Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Peningkatan pemahaman tentang KPR penting untuk membantu generasi muda mempersiapkan diri dalam merencanakan kepemilikan rumah di masa depan.

Fenomena sosial yang muncul di kalangan generasi muda saat ini adalah kurangnya pengetahuan tentang produk perbankan, termasuk KPR. Menurut survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), banyak generasi muda yang belum memahami sepenuhnya mengenai dampak sistem layanan informasi keuangan (SLIK) terhadap proses dan tanggung jawab yang terkait dengan KPR [2]. Kurangnya pengetahuan ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk kurangnya informasi yang disampaikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh generasi muda yang cenderung lebih tertarik pada konten visual dan interaktif [3]. Oleh karena itu, penggunaan video *motion graphic* menjadi relevan untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan ini.

Bank BPD Giwangan, sebagai salah satu lembaga perbankan yang melayani masyarakat, perlu melakukan promosi dan inovasi dalam menyampaikan informasi mengenai produk-produk mereka [4]. Dengan memanfaatkan metode *motion graphic* melalui video iklan layanan masyarakat, diharapkan informasi tentang KPR dapat tersampaikan secara lebih efektif. *Motion graphic* memiliki potensi untuk menyederhanakan konsep-konsep kompleks dan menyajikannya dengan cara

yang menarik dan mudah dipahami [3]. Selain itu, video *motion graphic* dapat dengan mudah dibagikan melalui berbagai platform digital, sehingga jangkauan informasi lebih luas.

Untuk mencapai tujuan tersebut, Penulisan ini fokus pada pembuatan video iklan layanan masyarakat tentang KPR dengan menggunakan metode *motion graphic*. Penulisan ini tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan media informasi yang menarik, tetapi juga untuk mengukur efektivitasnya dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman generasi muda tentang KPR. Dengan demikian, diharapkan video ini dapat menjadi model bagi upaya edukasi perbankan lainnya dalam meningkatkan literasi finansial di kalangan generasi muda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, Penulis mengambil rumusan masalah “Bagaimana efektivitas penggunaan teknik *motion graphic* dalam video iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman Masyarakat tentang Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BPD Giwangan?”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil Dari rumusan masalah diatas, maka batasan yang dapat diambil yaitu :

1. Objek iklan KPR dalam Penulisan ini dibatasi pada produk KPR yang ditawarkan oleh Bank BPD Giwangan.
2. Konsep iklan yang digunakan dalam Penulisan ini adalah animasi dengan teknik *motion graphic*.
3. Proses produksi video iklan menggunakan perangkat lunak After Effects dan Illustrator.
4. Penulisan ini bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman masyarakat terhadap KPR yang ditawarkan oleh Bank BPD Giwangan melalui video *motion graphic*.
5. Durasi video iklan layanan masyarakat tentang KPR dibatasi selama 103 detik dan akan di bagikan melalui platform digital instagram [5].

6. Nilai-nilai yang disampaikan dalam video iklan mencakup definisi, prosedur, dan manfaat KPR di Bank BPD Giwangan.

1.4 Tujuan Penulisan

Tujuan Penulisan yang akan dicapai Penulis dari Penulisan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bentuk implementasi dan partisipasi Penulis dari ilmu pengetahuan yang telah di pelajari selama masa studi.
2. Membuat Video Iklan layanan Masyarakat Bank BPD Giwangan dengan teknik *motion graphic* untuk tujuan promosi.
3. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar akademik pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penulisan

Manfaat Penulisan yang akan dicapai Penulis dari Penulisan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Membantu mempromosikan program KPR Bank BPD Giwangan kepada masyarakat sekaligus menganalisis terkait media promosi yang tepat.
2. Membantu meningkatkan potensi keputusan untuk mengikuti program KPR Bank BPD Giwangan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Memuat penjelasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan Penulisan serta sistematika Penulisan. Bab ini menjadi dasar Penulis untuk memahami arah dan fokus Penulisan yang dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Memuat kumpulan teori dan konsep dasar yang menjadi landasan dalam Penulisan. Dalam bab ini juga dijelaskan beberapa referensi dari Penulisan

terdahulu yang digunakan Penulis sebagai rujukan dan pendukung Penulisan.

BAB III METODE PENULISAN

Memuat penjelasan mengenai proses analisis dan perancangan, termasuk identifikasi masalah, serta informasi yang dibutuhkan dalam pembuatan aplikasi atau produk yang dirancang. Bab ini bertujuan untuk menggambarkan langkah-langkah Penulisan secara sistematis agar tujuan Penulisan dapat dicapai dengan jelas.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memuat tahapan pelaksanaan Penulisan serta penjabaran hasil yang diperoleh. Dalam bab ini, setiap langkah dan temuan Penulis dijelaskan secara rinci dan dikaitkan dengan tujuan Penulisan.

BAB V PENUTUP

Memuat kesimpulan dari hasil keseluruhan Penulisan yang telah dilakukan. Bab ini juga memuat saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk pengembangan lebih lanjut, serta menjadi bagian akhir dalam Penulisan

1.7 Metode Penulisan

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai literatur yang relevan dengan topik Penulisan. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh informasi, teori, atau data yang mendukung kajian Penulisan, sehingga dapat memperkuat landasan teoritis dan memberikan perspektif yang lebih mendalam terhadap isu yang dibahas.

2. Observasi

Metode pengumpulan data dengan observasi melibatkan proses pengamatan langsung dan sistematis terhadap peristiwa, perilaku, atau kondisi tertentu dalam lingkungan yang diteliti. Pengamatan dilakukan secara aktif oleh Penulis untuk mencatat berbagai kejadian atau interaksi yang terjadi di lapangan.

3. Wawancara

Wawancara melibatkan komunikasi langsung antara Penulis dan narasumber untuk memperoleh informasi yang mendalam terkait topik atau subjek tertentu. Interaksi ini dapat dilakukan secara langsung, seperti dalam pertemuan tatap muka, atau melalui media komunikasi lain, seperti telepon. Wawancara dirancang untuk menggali informasi secara rinci dan memahami perspektif responden secara lebih personal.

1.7.2 Metode Analisis

1. SWOT

SWOT adalah metode analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) dalam sebuah organisasi, proyek, atau situasi tertentu. Analisis ini membantu dalam mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi keberhasilan suatu inisiatif. Dengan melakukan analisis SWOT, organisasi dapat membuat keputusan strategis yang lebih terarah dan optimal berdasarkan kondisi yang dihadapi.

1.7.3 Metode Pelaksana

1. Pra Produksi

Tahap awal perencanaan dan persiapan sebelum proses animasi dimulai. Meliputi pengembangan ide cerita, pembuatan *storyboard* (alur cerita dalam bentuk gambar) dan perencanaan teknis lainnya.

2. Produksi

Tahap inti pembuatan animasi. Di sini, gambar-gambar animasi dibuat secara detail, mulai dari sketsa kasar hingga gambar akhir yang bersih. Proses ini melibatkan pembuatan *layout*, animasi gerakan, pewarnaan, dan penambahan efek visual.

3. Pasca Produksi

Tahap akhir penyelesaian animasi. Meliputi penggabungan semua elemen animasi, penambahan suara, penyesuaian warna dan penyuntingan akhir untuk menghasilkan produk animasi yang siap ditonton [6].

1.7.4 Metode Pengujian

Metode pengujian ini digunakan oleh Penulis untuk mengidentifikasi dan memperbaiki dampak dari media yang dibuat. Dalam pengujian ini, Penulis menggunakan pendekatan angket yang diberikan kepada masyarakat umum sebagai pengguna akhir media tersebut.

Pendekatan angket dalam penulisan ini menggunakan model skala Likert, yang umum digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu objek. Skala Likert memungkinkan Penulis memetakan variabel Penulisan ke dalam indikator-indikator yang lebih spesifik. Indikator tersebut kemudian menjadi dasar dalam menyusun instrumen Penulisan berupa pernyataan atau pertanyaan yang disesuaikan dengan tujuan Penulisan.