

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital saat ini yang semakin maju, persaingan dalam penjualan produk semakin ketat. Berbagai media promosi konvensional sudah mulai ditinggalkan dan tergantikan oleh media berbasis teknologi digital. Kemajuan teknologi memungkinkan berbagai strategi pemasaran dilakukan dengan lebih efektif, efisien, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Media promosi berbasis digital seperti *website*, media sosial, dan animasi berbasis *motion graphic* menjadi alat yang semakin populer untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen. Digitalisasi dalam promosi memberikan keunggulan kompetitif dalam hal efisiensi dan jangkauan pasar yang lebih luas[1]. Saat ini tidak hanya perusahaan besar saja yang memiliki kesempatan untuk menggunakan media promosi digital, namun para pengusaha kecil maupun menengah pun sangat berpeluang untuk menggunakan media promosi berbasis digital sehingga pemasarannya lebih luas dibandingkan hanya dengan menggunakan media promosi konvensional. UMKM di Sleman memberikan kontribusi yang signifikan. Pemerintah Kabupaten Sleman memiliki dukungan kuat untuk memajukan UMKM di daerahnya[2]. Namun, banyak dari UMKM ini belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal sebagai media promosi, salah satu alasannya adalah kurangnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM[3]. Salah satu contoh usaha kecil yang belum memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran adalah Warung Nasi Kuning Bu Warni.

Warung Nasi Kuning Bu Warni merupakan salah satu UMKM di wilayah Sleman yang berlokasi di Jembatan Bedingin, Sumberadi, Mlati, Sleman. Warung ini telah beroperasi sejak tahun 2017. Selain menjual nasi kuning pada pagi hari, Warung Nasi Kuning Bu Warni juga menerima pesanan nasi *box*, nasi tumpeng, dan berbagai pesanan makanan lainnya. Namun, sejak berdirinya hingga saat ini, warung ini belum tersentuh oleh digitalisasi dan masih bergantung pada promosi dari mulut ke mulut serta media konvensional. Minimnya adopsi teknologi digital dalam UMKM sering kali disebabkan oleh ketidakmampuan pelaku usaha dalam memahami cara kerja dan manfaat media digital[4].

Peluang ini memberikan dorongan bagi penulis untuk berinisiatif dalam media promosi berbasis digital. Media promosi ini akan berbentuk video, mengingat video adalah salah satu media yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Dalam pembuatan video promosi ini, teknik yang digunakan adalah *motion graphic*. *Motion graphic* adalah gerakan ilusi yang diciptakan oleh media dari video atau teknologi animasi dan biasanya ditambahkan audio sebagai kombinasi sehingga menjadi sebuah multimedia[5]. Teknik ini sangat cocok untuk media promosi karena mampu menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Maka dengan itu, penulis memutuskan untuk mengambil judul skripsi **“Implementasi Animasi Berbasis Motion Graphic Sebagai Media Promosi UMKM di Sleman (Studi Kasus Warung Nasi Kuning Bu Warni)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah **“Bagaimana mengimplementasikan animasi berbasis motion graphic menjadi media promosi digital untuk Warung Nasi Kuning Bu Warni?”**

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah sangat diperlukan dalam penelitian untuk membuat penelitian menjadi lebih baik, memudahkan dalam pembahasan dan akuratnya tujuan. Maka penulis menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas mengenai pengimplementasian animasi berbasis *motion graphic* di Warung Nasi Kuning Bu Wami.
2. Perangkat lunak yang digunakan adalah Adobe After Effect CC 2022, Adobe Illustrator CC 2023, Adobe Audition CC 2022, Adobe Premiere Pro CC 2022 dan Adobe Media Encoder 2022.

3. Video dikemas dengan format file *.mp4 dengan resolusi maksimal 1920 x 1080 (1080p) dengan durasi 1-3 menit.
4. Hasil akan ditayangkan di Instagram Nasi Kuning Bu Warni dan diberikan *adsense* sebagai media promosi.
5. Penelitian ini membahas hanya sampai dengan penayangan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengimplementasikan atau membuat video promosi Warung Nasi Kuning Bu Warni berbasis animasi *motion graphic*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah hasil penelitian dapat digunakan sebagai konten, media publikasi, dan media promosi untuk Warung Nasi Kuning Bu Warni.

1.6 Sistematika Penulisan

Umumnya, laporan penelitian ilmiah memiliki sistematika penulisan. Penelitian ini, penulis juga memiliki sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahan agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur. Berikut adalah susunan penulisan pada penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan bagian dari pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas antara lain berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memberikan uraian mengenai tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang penelitian dengan tema yang sama guna dijadikan sebagai referensi penulis dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diambil penulis. Teori-teori ini diambil dari literatur-literatur, dokumentasi, serta informasi dari berbagai pihak.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis perancangan, tinjauan umum pada objek yang akan dituju, analisis yang dibuat, identifikasi masalah-masalah dan kelayakan. Mulai dari tahapan praproduksi, produksi hingga pasca produksi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil-hasil dari tahapan penelitian, tahapan analisis hingga testing dan hasilnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan, saran dan kritik terhadap peneliti guna menghasilkan media informasi yang lebih baik dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi semua pustaka atau sumber yang dijadikan acuan dalam penulisan skripsi.

LAMPIRAN

Dokumen tambahan yang diperlukan dalam penulisan skripsi.