

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

JITC atau Jogja IT Training Center, adalah lembaga pelatihan berfokus di bidang IT training yang didirikan tahun pada 2005. Lembaga pelatihan ini melayani berbagai macam program training yang sudah terprogram atau sesuai request client. Selain program training, lembaga pelatihan ini juga memiliki program khusus untuk membantu mahasiswa tingkat akhir, khusus bidang ilmu komputer, dalam menghadapi skripsi ataupun tugas akhir. Program ini melayani berbagai macam topik-topik sesuai dengan request mahasiswa, melalui konsultasi secara intens baik secara teori maupun praktek dan dibimbing oleh pembimbing yang sudah berpengalaman dalam bidangnya. Dengan banyaknya kompetitor-kompetitor JITC dari perusahaan atau lembaga pelatihan lain yang sejenis, maka media promosi yang menarik sangat dibutuhkan untuk, selama ini JITC menggunakan metode promosi secara *offline* dan *online*. Metode *offline* dilakukan dengan membagikan brosur ke kampus-kampus di sekitar Yogyakarta secara langsung, namun sejak pandemi COVID 19, kegiatan promosi *offline* yang selama ini dilakukan di JITC menjadi terganggu dan kurang maksimal, karena kampus-kampus yang selama ini menjadi sasaran promosi sepi mahasiswa, maka dengan memaksimalkan metode promosi secara *online* diharapkan dapat menjadi solusi alternatif. Selama ini JITC telah melakukan promosi secara *online* lewat platform instagram, web dan facebook namun, untuk website dan facebook tidak aktif lagi, di instagram hanya menampilkan konten media promosi yang hanya berupa gambar atau grafis saja yang cenderung monoton dan kurang menarik. Hal ini didukung dengan pernyataan dari pihak JITC sendiri, yang merasa konten media promosi ini kurang maksimal, dan merasa memang memerlukan pembaharuan atau peningkatan terkait kualitas konten media promosi mereka, mereka membutuhkan sebuah media promosi baru yang dapat menyampaikan informasi yang lebih informatif, variatif dan menarik,

dibandingkan sebelumnya, yang nantinya juga akan digunakan sebagai konten untuk Instagram ads mereka.

Untuk teknologi yang akan kami gunakan adalah motion graphic yaitu tehnik yang menggabungkan antara elemen audio dengan elemen visual berupa design grafis, untuk pembuatan asset motion graphic karena motion graphic menggunakan asset berupa gambar vector maka kami menggunakan *software* editing gambar berbasis vector yaitu Adobe Illustration CC 2020. Setelah itu untuk menggerakkan asset design vector tadi kami menggunakan Adobe After Effect CC 2019, setelah motion graphic selesai digerakkan kami mulai merekam dan mengedit audio nya untuk menghilangkan noise suaranya dengan menggunakan Adobe Audition. Untuk informasi atau isi konten video promosi tersebut, dari JITC sendiri telah me-request mengenai informasi-informasi apa saja yang sekiranya harus dimuat dalam video promosi nantinya, informasi tersebut antara lain informasi tentang materi-materi IT training yang tersedia, informasi materi-materi bimbingan skripsi dan tugas akhir yang tersedia, informasi kontak yang dapat dihubungi untuk info lebih lanjut yang berisi nomor telepon JITC, nama instagram resmi JITC dan alamat E-mail resmi JITC. Seluruh informasi-informasi tersebut dikemas dalam video animasi yang menarik, interaktif dan informatif.

Kami memilih video atau audio-visual, karena selain dari JITC sendiri yang meminta sebuah media promosi yang baru, kami juga beranggapan bahwa media audio-visual sangat efektif dalam menyampaikan pesan atau informasi, menurut (Fujianto,Rahmat Zainur & Antoni,Condra 2020) efektivitas motion graphic dengan menggunakan EPIC model dinyatakan sangat efektif [1]. Kemudian kami juga memilih tehnik motion graphic ini karena cukup mudah untuk dirancang dan diproduksi, menurut kami motion graphic cukup mudah dibuat dengan menggunakan software desain yang tersedia seperti adobe illustrator dan adobe after effect. sehingga dapat mempersingkat waktu apabila untuk kedepannya ingin dibuat secara rutin dengan konten atau isi yang berbeda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka kami mendapatkan sebuah rumusan masalah yaitu *Bagaimana cara merancang dan memproduksi video media promosi di JITC pada social media dengan tehnik motion graphic?*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka dapat kami simpulkan tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah *Merancang dan memproduksi video media promosi di JITC pada social media dengan tehnik motion graphic.*

1.4 Batasan Masalah

Berisi batasan-batasan yang membatasi lingkup penelitian adalah sebagai berikut :

1. Media promosi Jogja IT Training Center(JITC) dibuat menggunakan metode motion graphic.
2. Dikemas dengan format file video .mp4 dengan kualitas standard yaitu HD 1280 x 720p.
3. *Modelling* asset motion graphic menggunakan Adobe Illustrator.
4. Pembuatan motion graphic menggunakan Adobe After Effect.
5. Audio di edit dengan Adobe Audition dan untuk compositingnya menggunakan Adobe After Effect.
6. Media promosi di publikasikan melalui social media Instagram Jogja IT Training Center(JITC).

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, beberapa manfaat tersebut adalah :

1. Membantu kegiatan promosi sosial media dengan audio/video agar penyampaian informasi bisa lebih efektif di JITC.

2. Membantu memberikan inovasi yang baru terkait kegiatan social media promosi di JITC.
3. Membantu memaksimalkan kegiatan promosi alternatif JITC di media sosial di masa pandemi COVID19.

