

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 semenjak pandemi COVID 19, metode ini dirasa kurang efektif, dikarenakan selama pandemi, pemerintah memberlakukan kebijakan yang membatasi segala aktivitas atau kegiatan masyarakat tertentu, seperti bekerja, kegiatan jual beli dan kegiatan pembelajaran. Dampaknya kegiatan promosi *offline* yang selama ini dilakukan di JITC menjadi terganggu dan kurang maksimal, karena kampus-kampus di sekitar Yogyakarta 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, facebook dan website, namun untuk website tidak berlanjut dikarenakan kekurangan staff untuk *maintenance* website dan ditambah lagi masa hosting sudah habis, sedangkan untuk platform instagram dan facebook 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 memang memerlukan pembaharuan terkait media promosi, mereka membutuhkan sebuah media promosi yang dapat menyampaikan informasi yang lebih informatif dan menarik, dibandingkan yang sekarang. Maka dari itu kami tertarik untuk membuat sebuah media video promosi baru yang lebih menarik dan variatif.

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 diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu *Bagaimana cara merancang dan memproduksi video media promosi di JITC pada social media dengan tehnik motion graphic?*.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini 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 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 composittingnya 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.

