

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran dari multimedia saat ini sangat terasa kebermanfaatannya dalam memenuhi keseharian manusia, terutama dengan adanya gadget dan didukung dengan adanya internet yang perkembangannya semakin luas dan tersebar dimanmana membuat penyebaran informasi semakin mudah dan cepat. Seperti dikutip oleh [datareportal.com](https://www.datareportal.com) bahwa pada per januari tahun 2020 Indonesia memiliki jumlah penduduk sebanyak 272, 1 juta jiwa dengan 160 juta (59%) diantaranya adalah pengguna sosial media aktif, sementara pada per januari tahun 2021 Indonesia mengalami peningkatan jumlah penduduk menjadi 274,9 juta jiwa dan 170 juta (61,8%) diantaranya adalah pengguna sosial media aktif, ini menunjukkan bahwa pengguna sosial media aktif di Indonesia meningkat sejumlah 10 juta (+6,3%)[1]. Media sosial dapat menyajikan seluruh jenis informasi, baik berupa teks, foto, audio maupun video audio. Konten dari informasinya pun beragam, ada berita politik, artis, olahraga, kesehatan, edukasi maupun hiburan. Peluang inilah yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana media promosi atau *marketing* seperti adanya *Google Ads*, *Facebook Ads*, *Instagram Ads* dan bahkan dari media sosial terbaru yaitu *Tiktok Ads* yang memudahkan promosi secara digital dan online dalam bentuk teks, foto, audio maupun video audio dalam platform tersebut.

Dengan demikian kita dapat mengetahui bahwa media promosi saat ini juga ikut mengalami kemajuan seperti yang dulunya hanya menggunakan media cetak sekarang bertransformasi ke arah media *online*. Kondisi ini memberikan alternatif yang lebih banyak kepada manusia untuk menyiapkan bahan promosinya, yang dulunya hanya bisa berpromosi menggunakan teks dan gambar di media cetak, sekarang bisa berupa video yang relatif memiliki daya tarik yang lebih tinggi. Proses pembuatan video promosi pun memiliki banyak teknik seperti teknik *Live Shoot, Stop Motion, Short Film, Short Animation Film* dan *Motion Graphic*.

SMA Insan Mulia Boarding School merupakan sebuah sekolah yang berdiri pada tanggal 17 Juli 2017, sekolah ini telah terdaftar secara resmi di Dapodik. SMA Insan Mulia Boarding School menerapkan sistem *Boarding School*, di dalam *Oxford Dictionary* terdapat penjelasan tentang hal tersebut. *Boarding school is a school where people live during the term*. Ketika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, bisa dikatakan sebagai sekolah berasrama sekaligus lembaga pendidikan, yang siswanya belajar dan tinggal bersama selama kegiatan pembelajaran berlangsung. Arti ini dapat diperluas menjadi siswa di suatu lembaga pendidikan yang tidak hanya belajar, melainkan bertempat tinggal di lembaga tersebut. Boarding school merupakan sistem pendidikan yang menyediakan tempat tinggal berupa asrama bagi para siswa.

Selama periode 5 tahun ini, SMA Insan Mulia Boarding School mengalami kesulitan di dalam proses promosi untuk mendapatkan siswa/i pendaftar, di tahun pertama siswa yang mendaftarkan diri ke sekolah hanya 17 siswa/i saja, di tahun kedua meningkat di angka 23 siswa/i, di tahun ketiga menurun menjadi hanya 4

siswa/i saja dan tahun keempat dan kelima kembali mengalami peningkatan jumlah pendaftar menjadi 16 dan 17 siswa/i. Jumlah tersebut merupakan jumlah yang sedikit mengingat syarat keberlangsungan sekolah adalah sekolah harus memiliki sedikitnya 15 siswa/i di setiap jurusan yaitu IPA dan IPS. Hal ini yang mendasari penulis untuk melakukan sebuah penelitian serta membuat video promosi yang menarik sehingga SMA Insan Mulia Boarding School bisa terlepas dari masalah kesulitan promosi untuk mendapatkan siswa/i.

Sistem media promosi sekolah ini masih menggunakan media cetak seperti brosur, banner dan baliho sehingga jangkauannya tidak terlalu luas. Oleh karena itu, solusi yang tepat yang dapat diterapkan yaitu membuat *website* dan media sosial mengingat luasnya jangkauan para audien yang dapat dihasilkan oleh media sosial seperti contohnya dengan promosi pada postingan *Facebook*, *Instagram* dan *Tiktok* yang berupa teks, foto, audio maupun video audio sehingga dapat menghasilkan promosi yang lebih efektif dan luas jangkauannya. Saat ini masyarakat lebih suka menerima informasi yang bersifat video. Penggunaan teknik *motion graphic* sangat cocok karena memiliki daya tarik yang lebih. Teknik ini juga akan memberikan kesan eksklusif pada audiens dikarenakan teknik *motion graphic* merupakan teknik yang perlu keahlian lebih untuk membuatnya daripada teknik *live shoot*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diterangkan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu :

Bagaimana merancang dan membuat video promosi untuk SMA Insan Mulia Boarding School dengan menggunakan teknik *motion graphic* ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam setiap penelitian diperlukan adanya batasan masalah, berdasarkan rumusan masalah diatas, beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan terhadap sekolah SMA Insan Mulia Boarding School.
2. Penelitian ini menggunakan teknik *motion graphic* dalam proses pembuatannya.
3. Video promosi ini akan di *upload* ke kanal Youtube.
4. Video promosi ini akan dipromosikan melalui media sosial Facebook dan Instagram yang telah dibuat oleh pihak sekolah.
5. Durasi pada video promosi ini maksimal 1 menit 30 detik, dengan format yaitu *.MP4, 720 pixel : 1280 x 720, H.264.
6. Aplikasi atau *software* yang digunakan dalam pembuatan video adalah Adobe Illustrator 2020, Adobe Audition 2020, Adobe After Effects CC 2019 dan Adobe Premiere Pro CC 2019.

1.4 Maksud dan Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan video promosi berbasis animasi 2 dimensi dengan teknik *motion graphic* sebagai media promosi digital yang lebih menarik sehingga lebih banyak siswa yang berminat untuk mendaftarkan diri ke SMA Insan Mulia Boarding School serta dapat menghemat biaya dan lebih efektif juga efisien karena jangkauan yang lebih luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat menerapkan ilmu yang didapat selama masa perkuliahan yaitu bidang multimedia dan merealisasikan di kehidupan nyata dengan membuat video promosi yang nantinya juga akan bermanfaat bagi penulis maupun yang lainnya.

2. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

Dengan adanya penelitian ini, universitas menambah bahan referensi pustaka akademik serta dapat menjadi acuan dan pengembangan atau perbaikan bagi para peneliti lainnya yang mengambil studi kasus dalam bidang yang sama.

3. Bagi Objek Penelitian

Hasil penelitian dapat menjadi bahan promosi digital yang digunakan oleh SMA Insan Mulia Boarding School setiap tahunnya.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan sesi wawancara langsung kepada Kepala Sekolah atau guru dan atau staff SMA Insan Mulia Boarding School dengan tujuan untuk

memperoleh data dan informasi yang akurat terkait SMA Insan Mulia Boarding School.

2. Metode Observasi

Metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati dan meninjau secara langsung objek yang akan diteliti untuk memperoleh data aktual seperti foto atau video dari sekolah SMA Insan Mulia Boarding School.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode ini akan menjelaskan tahap-tahap dan proses perancangan video promosi pada SMA Insan Mulia Boarding School. Adapun tahapannya yaitu sebagai berikut :

1. Pra Produksi, yaitu proses menentukan konsep naskah atau script, pembuatan storyboard, dan alat yang dibutuhkan.
2. Produksi, yaitu proses mengumpulkan file yang dibutuhkan yang berupa gambar dan teks yang nantinya akan dianimasikan sesuai dengan naskah dan storyboard yang telah dirancang.
3. Pasca Produksi, yaitu proses editing, rekaman audio, pemberian efek, penambahan animasi, dan pengoreksian video sebelum nantinya akan memasuki proses rendering.
4. Implementasi, yaitu proses pengunggahan video promosi yang telah dibuat ke kanal Youtube dan media sosial seperti Facebook dan Instagram.

1.6.3 Metode Evaluasi

Pada metode ini video yang telah dibuat akan dievaluasi dan dianalisis kembali dengan melakukan kuesioner terhadap audiens dan *stakeholder* dari SMA Insan Mulia Boarding School untuk memastikan apakah video sudah maksimal dan memuaskan sehingga tidak ada kesalahan yang perlu direvisi.

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut urutan sistematika penulisan yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian tentang skripsi yang akan dibuat yang berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan dan Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, dasar teori pembuatan video *company profile*, teori multimedia, *motion graphic*, software yang digunakan serta referensi lainnya yang mendukung penelitian ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini terdapat tinjauan umum yang berkaitan dengan objek penelitian, proses dan langkah-langkah perancangan pra-produksi, dan uraian analisa yang nantinya akan diimplementasikan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat ini menjelaskan tentang tahapan pembuatan company profile dengan teknik *motion graphic* hingga sampai tahapan pasca-produksi dan menjelaskan hasil pembuatan untuk dapat diimplementasikan serta dilakukan langkah evaluasi terhadap video profil yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini berupa kesimpulan dari penelitian dan juga saran tentang segala kekurangan dan kelemahan dari pembuatan video *company profile* yang menggunakan teknik *motion graphic* agar dapat menjadi acuan dalam perbaikan bagi penulis pada penelitian selanjutnya.

