

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era sebelum internet dikenal oleh masyarakat umum seperti saat ini, kita mendapat informasi dari televisi dan koran. Baru pada tahun 90an kita diperkenalkan dengan internet dan dalam perkembangannya kita mendapatkan beragam informasi.

Informasi memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat yang berguna untuk mengetahui perkembangan suatu hal tertentu. Melihat kronologi mengenai metode penyampaian dan penerimaan informasi, bahwa saat ini metode informasi telah mengalami kemajuan dari cara konvensional yaitu melalui mulut ke mulut sampai pada era globalisasi yang memanfaatkan teknologi. Perkembangan teknologi pada era global ini berkembang cukup pesat. Peran teknologi pun berpengaruh pada bidang komunikasi, bisnis, perindustrian, dan pendidikan, yang membuat penyebaran informasi menjadi lebih praktis, efektif, dan efisien yang membuat perusahaan besar hingga menengah lebih memilih teknologi dibandingkan dengan tenaga kerja manusia.

Melalui Google kita dapat berbagai informasi hingga berita terkini. Dalam penyebaran informasi tidak hanya video ril namun juga berupa video animasi. Dalam video animasi ada juga yang disebut dengan Motion Graphic, animasi jenis ini memiliki beberapa tahapan produksi, dan Motion graphic sendiri adalah gabungan dari 2 kata yaitu motion yang berarti gerak dan graphic yang berarti grafis atau bias kita sebut dengan grafis yang bergerak.

Dengan semakin majunya perkembangan jaman, berkembang pula cara, konsep, ide dan cara penyampaiannya. Mulai penyebaran dari mulut ke mulut yang arcanya tidak cukup luas dan media digital seperti iklan yang memiliki jangkauan yang lebih luas dan lebih menarik dalam menyampaikan media promosi.

Video iklan menggunakan teknik motion graphic diharapkan dapat menjadi sebuah solusi sebagai media promosi. Selain lebih baik, video iklan diharap bisa mendapatkan hasil akhir yang lebih efektif pada saat mempromosikan usaha karena mudah dijangkau oleh masyarakat dan juga dapat mempermudah masyarakat untuk mengerti tentang apa yang perusahaan tawarkan. Video yang dibuat menggunakan teknik motion graphic, selain cukup fleksibel, alasan lainnya adalah karena teknik tersebut dapat disajikan dengan beragam gaya, namun dengan desain minimalis agar diingat oleh masyarakat.

Usaha mikro, kecil dan menengah atau biasa disingkat UMKM adalah unit usaha produk yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang-perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Secara garis besar penentuan usaha mikro kecil dan menengah ditentukan dengan nilai aset (tidak termasuk tanah dan bangunan),Seiring berjalannya waktu banyak UMKM yang berdiri di kota Yogyakarta salah satunya Codeinaja. Codeinaja adalah sebuah UMKM Creative Software Agency yang menyediakan layanan mulai dari Pengembangan Web, pengembangan aplikasi mobile, sistem informasi, aplikasi enterprise custom, Pemeliharaan aplikasi, Pemeliharaan Server, Konsultasi IT dan Digital Marketing.Berdiri sejak 2018 di Yogyakarta, kini Codeinaja telah membantu pengembangan software untuk berbagai kalangan mulai dari UMKM, Startup, Perusahaan maupun Instansi Pemerintah.

UMKM Codeinaja membutuhkan sebuah media promosi yang lebih baik ,menarik dan inovatif.Selama ini Codeinaja melakukan promosi menggunakan WEB dan postingan pada Instagram,namun belum memiliki media promosi dalam bentuk video animasi.Promosi sendiri merupakan sebuah usaha untuk memberi informasi,bujukan serta cara komunikasi.Maka dari itu Codeinaja membutuhkan media promosi yang lebih menarik dan inovatif dari pada promosi sebelumnya untuk meningkatkan media promosi yang lebih baik. Berdasarkan latar belakang diatas ,penulis mengambil skripsi yang berjudul

“PENERAPAN VIDEO COMPANY PROFILE MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI CODEINAJA”. Diharapkan dengan adanya sebuah media promosi menggunakan video animasi menjadi lebih menarik dan dapat memperluas pemasaran Codeinaja.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya adalah Bagaimana pembuatan video company profile menggunakan teknik motion graphic sebagai media promosi di Codeinaja?

1.3 Batasan Masalah

Pada pembuatan penelitian ini ada beberapa batasan yang diambil oleh penulis adalah sebagai berikut:

- 1.Menampilkan Video company profile berupa kelebihan UMKM Codeinaja.

2. Teknik yang digunakan untuk pembuatan video company profile adalah teknik motion graphic
3. Software yang digunakan untuk pembuatan video company profile adalah Adobe After Effect
4. Objek penelitian ini adalah UMKM Codeinaja
5. Data yang di dikumpulkan bersumber dari objek penelitian yaitu UMKM Codeinaja
6. Tahapan akhir penelitian berujung pada penyerahan video kepada UMKM Codeinaja.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis membuat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan video company profile dengan teknik motion graphic sebagai media promosi di Codeinaja.
2. Menghasilkan video yang dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, yaitu untuk meningkatkan kreativitas dalam hasil karya video animasi dan dapat meningkatkan kemampuan dalam analisis pemasaran.
2. Sebagai alternative baru media promosi untuk memberikan informasi mengenai UMK Codeinaja.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara bertanya kepada pihak Codeinaja.

2. Metode Kuesioner

Metode Kuisisioner digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan cara memberikan pertanyaan tertulis maupun elektronik yang ditujukan untuk target pasar. Penulis melakukan pengambilan data kuesioner melalui google form.

3. Metode Pustaka

Metode pustaka digunakan oleh penulis untuk mendapatkan referensi melalui buku buku maupun internet sebagai referensi dalam penulisan.

1.6.2 Metode Produksi

1. Pra-Produksi Proses pra-produksi dilakukan dengan pengumpulan data dari beberapa sumber seperti buku, jurnal, internet, dan narasumber. Dalam proses pra-produksi juga dilakukan penyusunan konsep.

2. Produksi Proses produksi dilakukan dengan cara mengimplementasikan konsep yang telah disusun dalam proses pra-produksi.

3. Pascaproduksi Proses pascaproduksi dilakukan dengan mengevaluasi dan merevisi hasil dari proses produksi, setelah itu produk siap untuk dipublikasikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penyelesaian dari penelitian ini. Maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan teori-teori dan tinjauan pustaka dalam merancang data serta proses produksi.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum dari penelitian, perangkat yang digunakan bahan penelitian dan langkah langkah penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas produksi, pasca produksi dan implementasi video company profile.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang di dapat dari hasil penelitian serta kritik dan saran untuk memperbaiki video company profile.

