

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis, termasuk UMKM, kini menggunakan media sosial sebagai alat promosi utama. Namun, arus informasi yang cepat membuat audiens jenuh dengan konten yang biasa dan tidak interaktif. Bos Laptop Jogja, yang merupakan toko laptop second dengan slogan “Spesialis Laptop Second Bergaransi”, juga menghadapi masalah yang sama. Promosi saat ini masih berupa unggahan sederhana seperti video pendek atau foto produk di Instagram dan TikTok. Konten ini tidak menarik secara emosional bagi target audiens, yaitu mahasiswa dan karyawan muda yang sangat bergantung pada laptop. Hal tersebut juga tidak memberi solusi yang jelas untuk masalah yang mereka hadapi, seperti kelambanan laptop atau keterbatasan anggaran. Situasi ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang lebih inovatif, menarik, dan sesuai dengan gaya media digital modern diperlukan.

Teknik promosi iklan berbasis animasi *2D Motion Graphic* akhirnya penulis putuskan sebagai solusi yang paling potensial. Teknik ini membuat konten visual yang ringkas dan komunikatif dengan menggunakan ilustrasi, teks, tipografi kinetik, dan narasi audio. Dibandingkan dengan konten statis, *motion graphic* berhasil menarik perhatian audiens, menyampaikan informasi dengan cepat, dan meningkatkan daya ingat merek. Bagi Bos Laptop Jogja, promosi berbasis animasi *motion graphic* bukan sekadar pelengkap, itu adalah strategi untuk menampilkan keunggulan toko seperti berbagai pilihan laptop sesuai kebutuhan, garansi kualitas, layanan konsultasi, dan kemudahan pembelian melalui toko fisik dan platform online. Target pasar dapat lebih mudah menerima pesan promosi dengan bahasa visual yang lebih persuasif.

Penelitian ini berfokus pada penggunaan teknik animasi *2D motion graphic* dengan Adobe After Effects untuk membuat video promosi singkat untuk Bos Laptop Jogja. Prosesnya mencakup pembuatan *storyboard*, desain ilustrasi, animasi karakter, penambahan *voice over* berbasis AI, serta pengolahan musik bebas royalti. Penulis berharap konten promosi yang dibuat dapat meningkatkan citra dan kesadaran merek Bos Laptop Jogja di dunia digital. Penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi toko, tetapi juga berkontribusi secara teoretis dengan menunjukkan bagaimana *motion graphic* dapat digunakan secara efektif dalam strategi promosi UMKM. Hasil akhir dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi bisnis sejenis yang ingin meningkatkan daya saing mereka dengan konten visual yang kreatif.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan teknik *motion graphic* dalam pembuatan konten promosi digital menggunakan Adobe After Effects pada Toko Bos Laptop Jogja?
2. Bagaimana tahapan yang dilakukan dalam merancang dan memproduksi video promosi digital berupa *motion graphic* untuk Toko Bos Laptop Jogja?
3. Bagaimana konten promosi *motion graphic* tersebut dapat menyampaikan pesan dan keunggulan Toko Bos Laptop Jogja kepada target audiens?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian/tugas akhir ini adalah:

1. Menerapkan teknik *motion graphic* menggunakan Adobe After Effects dalam pembuatan konten promosi digital untuk Toko Bos Laptop Jogja.

2. Menjelaskan dan mempraktikkan tahapan perancangan hingga produksi konten promosi digital berupa iklan video *motion graphic* bagi Toko Bos Laptop Jogja.
3. Menghasilkan sebuah iklan video promosi digital kreatif yang mampu menyampaikan pesan mengenai layanan dan keunggulan Toko Bos Laptop Jogja secara efektif kepada target audiens.

1.4 Batasan Masalah

Berikut adalah beberapa poin batasan masalah/ruang lingkup penelitian agar lebih fokus dan terarah:

1. **Lingkup Subjek:** Penelitian dibatasi pada pembuatan satu konten promosi digital dalam bentuk video *motion graphic* untuk Toko Bos Laptop Jogja. Konten yang dibuat adalah animasi 2D dengan teknik *motion graphic*, dan tidak mencakup bentuk promosi lain di luar media video animasi untuk toko tersebut. Objek kajian difokuskan pada proses perancangan dan hasil video promosi itu sendiri, bukan pada perbandingan dengan toko lain.
2. **Target Audiens:** Konten promosi ini ditujukan bagi kalangan mahasiswa dan pekerja muda (usia produktif) yang membutuhkan laptop dalam kegiatan sehari-hari, serta aktif menggunakan media sosial. Oleh karena itu, gaya desain dan penyampaian pesan dalam video disesuaikan dengan preferensi segmen audiens tersebut (misalnya menggunakan visual yang modern dan bahasa yang santai).
3. **Waktu dan Tempat:** Penelitian dan produksi konten dilakukan dalam rentang waktu yang telah ditentukan yaitu Juli - Agustus 2025. Pengumpulan data dan observasi lapangan juga dilakukan di Toko Bos Laptop Jogja untuk memahami profil toko, produk, dan kebutuhan promosi, sementara proses perancangan dan animasi dikerjakan di

lokasi penulis secara daring maupun luring dengan fasilitas perangkat lunak pendukung.

4. **Variabel Penelitian:** Dalam penelitian ini dapat diidentifikasi dua variabel utama. Variabel bebas (independen) adalah penggunaan teknik *motion graphic* (meliputi animasi ilustrasi, teks, suara, dan efek visual) dalam pembuatan konten. Variabel terikat (dependen) adalah konten promosi digital Bos Laptop Jogja yang dihasilkan serta efektivitas penyampaian pesan yang dikandungnya. Variabel tersebut diamati secara kualitatif melalui evaluasi internal terhadap hasil video.
5. **Batasan Pembahasan:** Penelitian ini tidak mencakup analisis kuantitatif terhadap dampak konten promosi yang dibuat (misalnya pengukuran peningkatan penjualan atau engagement secara statistik). Fokus penulisan adalah pada proses perancangan dan pembuatan konten, serta evaluasi deskriptif kualitas hasilnya. Saran mengenai efektivitas atau hasil kampanye promosi diberikan secara kualitatif tanpa uji empiris terhadap audiens luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Pembuatan konten promosi berbasis animasi *2D Motion Graphic* ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. **Manfaat Teoritis:** Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan di bidang desain komunikasi visual dan marketing digital, khususnya tentang bagaimana teknik *motion graphic* digunakan untuk konten promosi. Kajian ini dapat berfungsi sebagai literatur tambahan untuk pengembangan ilmu komunikasi visual digital di masa mendatang. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa penelitian ini memberikan referensi tentang cara yang efektif untuk menggabungkan elemen audio, animasi, dan grafis dalam pesan pemasaran.

2. **Manfaat Praktis:** Secara praktis, penelitian ini menghasilkan video promosi *motion graphic* yang dapat digunakan langsung oleh Toko Bos Laptop Jogja sebagai alat promosi digital. Konten animasi diharapkan dapat meningkatkan daya tarik promosi di media sosial karena telah terbukti dapat menyampaikan informasi dengan cepat dan akurat kepada calon pelanggan. Selain itu, hasil proyek ini dapat menjadi contoh atau panduan bagi pelaku UMKM lain atau pembuat konten untuk menggunakan teknik serupa untuk membuat konten promosi kreatif. Dengan kata lain, penelitian ini menunjukkan bahwa *motion graphic* sebagai alat promosi dapat digunakan dalam praktik untuk meningkatkan strategi pemasaran bisnis lain.
3. **Manfaat bagi Peneliti Selanjutnya:** Bagi peneliti atau mahasiswa selanjutnya, laporan tugas akhir ini dapat menjadi acuan untuk riset lanjutan. Misalnya, penelitian selanjutnya bisa mengevaluasi efektivitas konten *motion graphic* terhadap perilaku konsumen atau penjualan secara lebih mendalam, ataupun mengadaptasi teknik *motion graphic* ini dalam konteks produk atau jasa berbeda. Dengan adanya dokumentasi tahapan dan pengalaman praktis dalam laporan ini, diharapkan peneliti lain dapat belajar dari keberhasilan maupun kendala yang dihadapi, sehingga mendorong inovasi lebih lanjut di bidang promosi digital kreatif.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan tugas akhir adalah sebagai berikut:

1. **BAB I Pendahuluan:** Bab ini berisi gambaran umum penelitian, meliputi latar belakang yang menjelaskan identifikasi masalah dan alasan dilakukannya penelitian/proyek, rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian, tujuan penelitian yang spesifik sesuai rumusan masalah, batasan masalah yang memperjelas ruang lingkup penelitian,

manfaat penelitian, serta sistematika penulisan untuk memaparkan alur penyajian laporan.

2. **BAB II Tinjauan Pustaka:** Bab ini berisi referensi paper dan artikel sebagai landasan penyusunan tugas akhir ini. Pada bab ini juga dijelaskan apa saja pengertian umum mengenai istilah-istilah asing yang penulis gunakan saat penulisan tugas akhir.
3. **BAB III Metodologi Penelitian:** Bab ini berisi mengenai cara penyusunan dan metode bagaimana tugas akhir ini dibuat. Pada bab ini juga dijelaskan detail mengenai deskripsi masalah serta solusinya, analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional agar hasil akhir sesuai kebutuhan, dan terakhir dijelaskan juga rancangan implementasi pembuatan iklan animasi Bos Laptop Jogja
4. **BAB IV Hasil dan Pembahasan:** Bab ini berisi langkah-langkah detail implementasi atas semua teori dan rancangan yang telah disusun dari Bab I hingga Bab III. Mulai dari konsep ide, desain awal, pengumpulan materi, hingga pembuatan dan pengujian yang sesuai dengan alur MDLC (Multimedia Development Life Cycle)
5. **BAB V Kesimpulan:** Bab ini merupakan bagian terakhir dari penyusunan tugas akhir yang berisi kesimpulan ringkas dan singkat atas semua yang telah penulis buat dari Bab I hingga Bab IV. Pada bab ini juga, penulis membuat beberapa saran yang berfungsi untuk rencana pengembangan proyek ini kedepannya atau siapa saja yang ingin meneruskan atau membuat ulang dengan lebih baik berdasarkan proyek yang telah penulis buat.