BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi turut serta dalam mendukung persaingan dalam dunia usaha, sehingga setiap perusahaan memiliki caranya sendiri untuk memajukan usahanya. Teknologi ikut berperan besar dalam dunia bisnis yaitu untuk pengenalan produk terhadap konsumen dengan menggunakan iklan, melalui sarana media digital, konsumen dapat menerima informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Sebagai media promosi, *motion graphic* menggabungkan semua elemen multimedia seperti gambar, suara, teks, dan animasi dalam menyajikan informasi secara efektif sehingga memberikan daya tarik bagi konsumen yang menyaksikan [1].

Penyajian informasi saat ini semakin pesat dengan adanya berbagai macam media yang memiliki karakter dan keunggulan masing-masing. Seiring berkembangnya teknologi informasi pemanfaatan *motion graphic* juga memberikan daya tarik tersendiri sebagai media promosi kepada audiens. Melalui sarana media promosi, masyarakat dapat menerima informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Seiring perkembangan teknologi informasi dan perubahan kebiasaan masyarakat maka media promosi pun juga ikut berkembang. Dalam hal ini salah satunya adalah *motion graphic*. Salah satu variasi media dalam menyajikan informasi atau yang biasa disebut media promosi adalah *motion graphic*. *Motion graphic* menggabungkan semua elemen multimedia seperti gambar, suara, teks, dan animasi dalam menyajikan informasi yang menyenangkan sehingga *audiens* yang menyaksikan lebih tertarik untuk mengikuti informasi yang disajikan [2].

Storytelling adalah sebuah kegiatan untuk menceritakan sebuah cerita untuk satu atau lebih dengan melakukan interaksi kepada pendengar, bercerita menggunakan kata - kata, permainan suara dan gerakan. Oleh karena itu, *storytelling* juga cocok untuk menjadi bagian dari sebuah penyampaian video promosi. Selama ini Kreatiful memang berfokus menangani segmentasi pelaku UMKM. Maka itu, perancangan video promosi *storytelling* berfokus pada UMKM.

Penyampaian *storytelling* menyampaikan kisah dari sisi pihak pelaku UMKM. berupa permasalahan dan kendala yang mereka alami terkait visualisasi desain dan media sosial yang mereka kelola. Tujuannya, selain agar pelaku UMKM dapat lebih memahami letak pentingnya desain identitas dan *brand awareness* milik mereka sendiri, tentunya agar mereka tergerak menggunakan jasa Kreatiful [3].

Hasil dari penelitian ini akan dijabarkan dalam laporan dengan judul **"Penerapan Motion Graphics dan Animated Story Telling Pada Perancangan Materi Promosi UMKM".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang diatas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana desain materi promosi berbasis *motion graphics* dan *animated storytelling* untuk promosi UMKM?
2. Bagaimana Penerapan elemen visual dan naratif dalam *motion graphics* dan *animated storytelling* pada materi promosi UMKM untuk menarik perhatian *audiens* yang diharapkan.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian kali ini sebagai berikut:

1. Merancang materi promosi UMKM berbasis *motion graphics* dan *animated storytelling* yang kreatif dan menarik perhatian target audiens.
2. Menganalisis dampak penggunaan *motion graphics* dan *animated storytelling* terhadap efektivitas penyampaian pesan promosi UMKM.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dibatasi pada UMKM Lhokseumawe yang bergerak dibidang tertentu, seperti makanan ringan, minuman, atau kerajinan, untuk memfokuskan perancangan materi promosi.
2. Penelitian ini hanya mencakup pembuatan materi promosi dalam bentuk video

berbasis *motion graphics* dan *animated storytelling* dengan durasi maksimal 4 menit.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang penulis rangkum dalam beberapa *point* berikut:

1. Memberikan wawasan tentang bagaimana menggunakan *motion graphics* dan *animated storytelling* animasi untuk menciptakan materi promosi yang menarik, efektif, dan terjangkau.
2. Membantu UMKM menjangkau *audiens* yang lebih luas, khususnya di era digital di mana visual interaktif sangat berpengaruh.
3. Meningkatkan daya saing UMKM melalui promosi kreatif yang dapat membangun citra merek *(brand image)* secara lebih profesional.
4. Memberikan inspirasi dan panduan kepada *desainer, animator*, serta *content creator* tentang teknik memadukan elemen grafis bergerak dan narasi untuk menyampaikan pesan yang kuat dan emosional.
5. Membuka peluang kerja sama antara pelaku UMKM dan industri kreatif.