

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era sekarang perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi sudah sangat pesat. Saat ini, dunia telah memasuki era industri 4.0. Pada era tersebut, teknologi digital sudah berperan besar di segala sektor kehidupan, termasuk di bidang bisnis. Jika dahulu media promosi hanya menggunakan media cetak dan media elektronik, kini jaringan internet lebih mengambil alih peranan-peranan tersebut.

Media promosi adalah cara yang dilakukan pebisnis dalam menyampaikan, menyebarkan, dan menawarkan produk atau jasa yang dijualnya agar calon konsumen tertarik untuk membeli. Sedangkan promosi dapat diartikan sebagai suatu bentuk dari komunikasi pemasaran, yang berarti segala aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi yang dapat mempengaruhi ataupun membujuk konsumen untuk tertarik dengan produk yang ditawarkan sehingga meningkatkan pemasaran dan membuat pembeli loyal terhadap produk yang dibelinya.

Kebutuhan akan media promosi pada suatu instansi menjadi salah satu kebutuhan utama. Hal ini karena media promosi merupakan media yang mempengaruhi keberlangsungan sistem pada suatu instansi. Media promosi seringkali digunakan dalam berbagai macam instansi. Salah satunya pada instansi Pendidikan. Dalam instansi Pendidikan promosi dilakukan untuk menarik minat calon peserta didik agar dapat menempuh pendidikan di sekolah.

Sekolah diharapkan mampu membuat media promosi sebagai alat bantu yang dapat digunakan secara maksimal untuk dapat memperkenalkan serta mempromosikan sekolah tersebut. Media promosi dibuat semenarik mungkin agar calon peserta didik dapat tertarik dan ingin mengetahui lebih dalam lagi mengenai sekolah tersebut. Namun pada kenyataannya banyak sekolah yang belum menggunakan media promosi yang bervariasi.

Problematika tersebut juga terjadi pada jurusan Multimedia, SMK 1 Perguruan Cikini. SMK 1 Perguruan Cikini merupakan salah satu pilihan utama bagi calon peserta didik yang akan menempuh Sekolah Menengah Kejuruan khususnya di Jakarta Utara. SMK 1 Perguruan Cikini memiliki jurusan Multimedia yang cukup baik dari segi pembelajaran, fasilitas dan prospek kerja. Namun, Jurusan Multimedia SMK 1 Perguruan Cikini belum memiliki media promosi yang memanfaatkan media digital

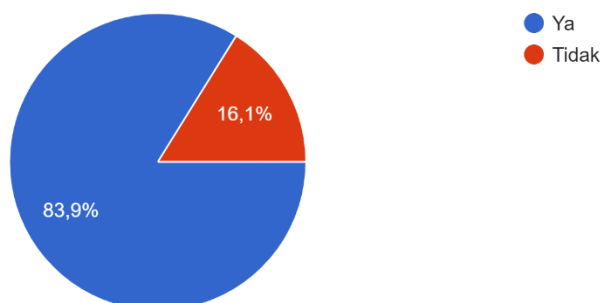
yang dapat diakses secara global. Berdasarkan observasi awal, jurusan Multimedia di SMK 1 Perguruan Cikini memiliki jumlah peserta didik yang cenderung stabil setiap tahunnya dilihat pada lampiran 10. Berdasarkan hasil observasi setelah mewawancarai narasumber, yaitu kepala jurusan Multimedia pada lampiran 1, kepala sekolah SMK 1 Perguruan Cikini berencana ingin membuka kelas baru pada jurusan Multimedia yang awalnya hanya ada satu kelas menjadi dua kelas. Oleh karena itu kepala sekolah SMK 1 Perguruan Cikini membutuhkan media promosi tambahan yang dapat membantu jurusan Multimedia untuk memperkenalkan jurusannya sekaligus bisa menarik minat calon peserta didik agar tertarik mendaftar di Jurusan Multimedia SMK 1 Perguruan Cikini.

Menurut kepala jurusan Multimedia biasanya jurusan Multimedia melakukan promosi hanya dengan menyebarkan brosur. Namun, seiring dengan perkembangan zaman pembuatan media promosi menjadi sangat beragam. Teknologi yang memiliki peran multifungsi bisa berupa berbagai macam aspek, seperti halnya bidang informasi periklanan. Dulu media promosi hanya menggunakan media koran, brosur, banner, poster atau menggunakan pamflet seperti baleho yang dipasang di papan iklan jalan namun sekarang media promosi dapat juga berupa video yang ditampilkan pada media sosial.

Setelah mewawancarai narasumber yaitu kepala Jurusan Multimedia pada Desember 2022, serta riset 24 kepada peserta didik kelas X atau peserta didik yang baru masuk di jurusan multimedia menggunakan kuesioner Google Form, ditemukan bahwa seiring perkembangan zaman media promosi pada jurusan multimedia tidak hanya dapat memanfaatkan media cetak tetapi juga dapat memanfaatkan media lainnya, salah satunya yaitu dengan media video yang dapat di upload melalui sosial media, merujuk pada gambar Gambar 1.1 dan Gambar 1.2.

Apakah jurusan Multimedia membutuhkan media promosi lain (tidak hanya melalui media cetak atau brosur)

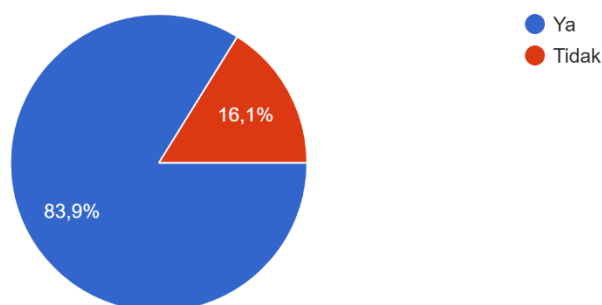
31 jawaban



Gambar 1. 1 Hasil Kuesioner Bagian Responden jurusan Multimedia membutuhkan media promosi lain (sebelumnya hanya memanfaatkan media cetak berupa brosur)

Apakah menurut kamu calon peserta didik akan lebih tertarik dengan media promosi berupa video yang di upload melalui sosial media

31 jawaban



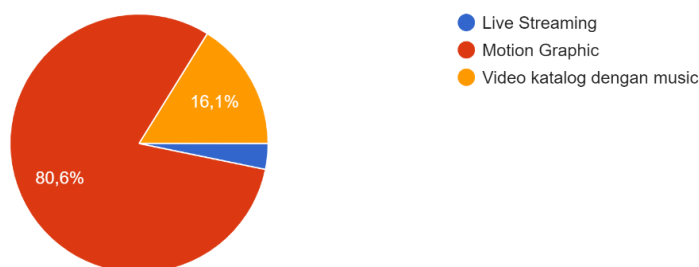
Gambar 1. 2 Hasil Kuesioner peserta didik lebih tertarik dengan media promosi berupa video yang di upload melalui sosial media.

Menanggapi masalah yang disebutkan sebelumnya, peneliti menjabarkan solusi yang bisa digunakan untuk membantu dalam promosi jurusan tersebut, yaitu pengembangan media promosi kreatif. Pengembangan media promosi kreatif dapat memanfaatkan teknologi informasi berupa ilustrasi, video animasi, multimedia interaktif.

Mengenai hal tersebut jika dilihat dari hasil kuesioner peserta didik membutuhkan media promosi lain (tidak hanya dengan brosur) sebesar 83,9% pada Gambar 1.1, dan alasan lain yaitu, peserta didik merasa akan lebih tertarik dengan media promosi video sebesar 83,9%, dapat dilihat pada Gambar 1.2. Lalu dilihat dari hasil kuesioner lainnya yang menyatakan bahwa peserta didik lebih menyukai konsep media promosi berupa *motion graphic* sebesar 80,6% dapat dilihat pada gambar 1.3.

Jika ada promosi jurusan multimedia yang memanfaatkan media video, maka kamu lebih tertarik dengan konsep video promosi berupa

31 jawaban



Gambar 1. 3 Hasil kuesioner responden lebih tertarik dengan video promosi berupa *motion graphic*.

Menanggapi respon peserta didik dapat disimpulkan bahwa SMK 1 Perguruan Cikini memerlukan pengembangan media promosi, sehingga peneliti memutuskan mengembangkan media promosi kreatif ilustrasi dan animasi. Ilustrasi dan Animasi dipilih karena dinilai dapat menarik perhatian calon target peserta didik, sehingga penerimaan promosi Jurusan dapat tersampaikan.

Hal tersebut didasari pada teori kognitif (Mayer, 2014) dalam (Damayanti & Wulandari, 2018) *Dual channel* (saluran ganda) dan *Limited-capacity* (kapasitas terbatas) yang pada intinya manusia punya dua saluran (*visual* dan *audio*). Peneliti ingin mewujudkan media promosi menggunakan kedua aspek tersebut menjadi satu dengan pengembangan media promosi berbasis video (*visual* dan *audio*) yang tertuang pada media video promosi berbasis *motion graphic* yang akan dikembangkan. Yang nantinya video promosi tersebut akan ditempatkan pada kanal di Youtube Multimedia SMK 1 Perguruan Cikini sehingga video promosi dapat dilihat oleh banyak orang secara *global* di internet. Menurut penelitian (Genta dkk, 2021) Media Promosi Elektronik sekolah yang dihasilkan dalam bentuk Video dengan menerapkan Aspek

Motion Graphic dan di publikasi melalui media sosial efektif dan mudah dijalankan dengan perangkat PC, Laptop atau telepon genggam dan menjangkau masyarakat luas.

*Motion graphic* adalah salah satu pemanfaatan teknologi dalam dunia pendidikan saat ini, dalam *motion graphic* terdapat berbagai jenis teknik yang biasa digunakan. Pada hakikatnya masing-masing teknik dapat mendukung pesan dan maksud yang ingin disampaikan dalam video yang dibuat (Ramdhan & Kurhi, 2021). Pada proses pembuatan motion graphic, kerumitan yang sering di hadapi adalah butuh waktu yang lama dalam mendesain objek yang bergantung pada kekompleksan produk yang dibuat (Sembiring dan Florentina, 2020).

Teknik *kinetic typography* umumnya digunakan untuk membuat huruf menyusut, terbang, bergerak dalam gerakan lambat, tumbuh dan berubah dengan berbagai cara (Jubaedi & Irawan, 2016). Teknik *kinetic typography* mampu menyampaikan pesan secara lebih ekspresif, mendramatisir suasana, menggambarkan karakter, perasaan atau emosi, dan mengarahkan perhatian pemirsa. Pada umumnya, teknik *kinetic typography* banyak digunakan pada iklan televisi, iklan online, animasi grafis maupun film.

Maka dari itu setelah melihat manfaat teknik *kinetic typography*, peneliti tertarik untuk mengimplementasikannya pada media promosi berupa video sebagai salah satu teknik *motion graphic* yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti akan mengajukan penelitian untuk melakukan pembuatan media promosi berbasis *motion graphic* dengan memanfaatkan teknik *kinetic typography* yang dapat membantu jurusan Multimedia memaksimalkan proses promosi serta diharapkan calon peserta didik dapat menangkap informasi yang diberikan. Maka uraian yang telah dijelaskan sebelumnya dapat menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian dengan judul “Video Motion Graphic sebagai Media Promosi Jurusan Multimedia di SMK 1 Perguruan Cikini”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Promosi hanya dengan brosur dikatakan kurang cukup untuk promosi jurusan Multimedia, sehingga membutuhkan media promosi tambahan yang dapat membuat peserta didik mengetahui kualitas serta keunggulan jurusan Multimedia di SMK 1 Perguruan Cikini.

2. SMK 1 Perguruan cikini belum memiliki media promosi yang menggunakan aspek audio dan visual.
3. Belum ada media promosi yang memanfaatkan Teknik *kinetic typography* khususnya pada promosi jurusan Multimedia di SMK 1 Perguruan Cikini.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan beberapa permasalahan yang ada, maka diperlukan pembatasan masalah untuk lebih memfokuskan masalah yang akan diteliti, maka permasalahan dibatasi pada:

1. Pembahasan difokuskan pada jurusan Multimedia yang ada di SMK 1 Perguruan Cikini.
2. Menerapkan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) Luther yang dimodifikasi oleh Sutopo, menerapkan teknik *kinetic typography* dan menggunakan software *adobe illustrator*, *adobe after effect* dan *adobe premiere* dalam perancangan video promosi motion graphic di SMK 1 Perguruan Cikini.

### 1.4 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dari pembatasan masalah tersebut, yaitu: “Bagaimana merancang video *motion graphic* mengenai promosi Jurusan Multimedia di SMK 1 Perguruan Cikini”.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan perancangan ini adalah mengembangkan video promosi *motion graphic* jurusan Multimedia di SMK 1 Perguruan Cikini dengan menggunakan Metode *Kinetic Typography*.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini baik bagi mahasiswa, pihak sekolah dan peserta didik SMK 1 Perguruan Cikini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi dan pengetahuan mengenai perancangan video promosi *motion graphic*.
  - b. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai kontribusi terhadap bidang teknologi khususnya dalam pembuatan video *motion graphic*.
2. Manfaat Praktis

- a. Menciptakan media promosi bagi Jurusan Multimedia di SMK 1 Perguruan Cikini berupa video promosi dengan yang berbasis *motion graphic* melalui Youtube Multimedia.
- b. Sebagai media promosi yang memperkenalkan Jurusan Multimedia kepada masyarakat serta meningkatkan jumlah peminat agar dapat bersaing dengan jurusan lainnya.
- c. Mengoptimalkan platform Youtube Multimedia SMK 1 Perguruan Cikini sebagai tempat promosi Jurusan Multimedia.
- d. Peserta didik yang ingin masuk Jurusan Multimedia di SMK 1 Perguruan Cikini dapat melihat profil dan gambaran singkat suasana kelas melalui Video promosi.
- e. Bagi pihak sekolah juga lebih mudah dalam menarik minat para peserta didik, karena peserta didik akan lebih tertarik dengan video *motion graphic*.

