

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri 4.0 saat ini mendorong semua sektor untuk beradaptasi dengan cepat dalam berbagai aspek guna meraih peluang yang tersedia di bidang masing-masing. Pemanfaatan era ini seharusnya terjadi secara wajar dan positif, khususnya dalam hal memfasilitasi komunikasi dan akses informasi. Era ini ditandai oleh kemudahan dan kecepatan dalam perolehan serta penyebaran informasi melalui teknologi digital.

Dengan kemajuan teknologi saat ini, internet telah menjadi kebutuhan semua orang. Sangat mudah untuk mendapatkan informasi melalui internet dan berbagai platform seperti: media sosial, website, *games* dan bahkan perdagangan online telah menjadi penting untuk menyebarkan berbagai informasi. Internet dapat menyebarkan berita dengan cepat ke seluruh dunia. Menurut Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), rasio pengguna internet per tahun di Indonesia mencapai 78,19% pada tahun 2023, atau 215.626.156 dari 275.773.901 orang.¹

Perkembangan teknologi mempengaruhi banyak hal, termasuk dalam dunia pendidikan dan dapat meningkatkan persaingan di dunia usaha. Pendidikan dalam dunia wirausaha dapat didapatkan melalui pendidikan formal, non-formal dan informal. Pendidikan non-formal dibentuk secara adaptif dengan memperhatikan karakteristik dan kondisi yang ada di lingkungan masyarakat.² Dengan mengakses berbagai informasi pembelajaran dunia usaha melalui internet, masyarakat dapat lebih mudah dan *fleksible*. Dengan pergeseran budaya yang terjadi, masyarakat menjadi candu dengan internet. Sehingga pendidikan non-formal memiliki kemampuan untuk menarik masyarakat untuk belajar dunia usaha secara mandiri melalui internet.

¹ Rahmi Yati, "Survei APJII: Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang," *Bisnis Tekno*, 2023, <https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.

² Gaguk Wahyu Puspito, Tatik Swandari, and Mauhibur Rokhman, "Manajemen Strategi Pengembangan Pendidikan Non Formal," *Chalim Journal of Teaching and Learning* 1, no. 1 (2021): 85–98, <https://doi.org/10.31538>.

Hasil survei *E-Commerce* 2021 dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa layanan internet telah digunakan oleh 63,52 persen pelaku usaha *e-commerce* untuk keperluan pemasaran digital. Berbagai platform yang telah digunakan, termasuk media sosial dan marketplace.³

Pentingnya ekonomi digital tidak hanya tercermin dalam aspek bisnis semata, tetapi juga memengaruhi gaya hidup masyarakat secara menyeluruh. Perubahan tersebut mencakup metode transaksi yang digunakan oleh publik. Kini, berbelanja tidak lagi memerlukan kehadiran fisik di toko konvensional, melainkan dapat dilakukan dengan mudah melalui toko daring atau *online*. Hal ini menandai pergeseran signifikan dalam perilaku konsumen, yang semakin mengadopsi kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh ekosistem digital.

Maka dari itu, pentingnya berinovasi dalam memasarkan produk. Semakin variasi media promosi yang perusahaan gunakan, semakin banyak pelanggan yang akan datang. Dari berbagai jenis digital marketing, termasuk iklan di website, iklan di *search engine*, iklan di sosial media, iklan di internet, iklan melalui email, dan iklan video. Akhir-akhir ini, banyak perusahaan yang mengalihkan fokusnya ke pemasaran melalui media sosial, khususnya melalui strategi pemasaran berbasis video. Konten media promosi video memiliki kelebihan dibandingkan konten media promosi lainnya, yaitu lebih menarik, dinamis, informatif, dan mudah diingat. Namun, video konvensional seringkali dianggap kurang menarik oleh sebagian masyarakat. Sehingga, video promosi berbasis *motion graphic* adalah Langkah tepat untuk mencapai konten promosi yang lebih menarik dan informatif.

Penggunaan *motion graphic* menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menyampaikan informasi produk yang dijual. *Motion graphic* mengintegrasikan seluruh elemen multimedia, seperti teks, animasi, gambar, dan suara, untuk menyampaikan informasi secara menarik, menciptakan pengalaman visual yang memikat. Pendekatan ini bertujuan agar audiens yang menonton lebih tertarik dan lebih cenderung untuk terlibat serta mengikuti informasi yang dipresentasikan.

³ Fatiya Rumi Humaira, "Pemanfaatan Internet Oleh Pelaku Usaha Digital," *Databoks*, 2022.

Dalam meningkatkan kreativitas konten media promosi yang menarik, diperlukan aplikasi. Salah satu teknologi aplikasi yang menawarkan kemudahan dalam desain grafis adalah Canva. Karena aplikasi Canva ramah digunakan bagi pemula, banyak pelaku usaha memanfaatkan Canva dalam pembuatan berbagai media promosi, seperti video produk, poster, pamflet, dan lainnya. Aplikasi Canva dapat diakses melalui *web desktop* dan *mobile*. Selain itu, Canva menyediakan berbagai fasilitas menarik yang dapat digunakan dan dikembangkan, seperti video, elemen, musik, teks, elemen, dan lainnya.⁴ Maka dari itu, penelitian ini bertujuan mengembangkan konten promosi berbasis *motion graphic* menggunakan aplikasi Canva.

Pada proses pembuatan *motion graphic* promosi melibatkan serangkaian tahapan yang cukup panjang, yang perlu dijalankan secara berurutan untuk menghasilkan *motion graphic* yang menarik. Sehingga rangkaian tahapan ini menjadi kompleks. Maka, jika kompleksitas ini hanya dilihat atau dilakukan sekali selama pelatihan, sulit untuk diingat. Sehingga, media yang dikembangkan harus mampu memberikan kemudahan akses materi kepada peserta pelatihan untuk dapat dipelajari secara terus menerus.⁵

Penggunaan video pembelajaran dapat disesuaikan dengan fungsi dan kebutuhan pengajaran, video tutorial menjadi salah satu jenis video yang dibutuhkan dalam pembelajaran. Media video tutorial berfungsi sebagai media pembelajaran yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi pengetahuan dalam memperkaya sumber informasi yang tersedia. Teknologi yang digunakan dalam media video tutorial membuat penggunaannya menjadi mudah diakses dan didistribusikan, sehingga peserta didik dapat mengakses dimana saja dan setiap waktu. Media video tutorial ini bersifat sebagai panduan atau tambahan pengajaran untuk sekelompok kecil peserta didik dan menciptakan informasi yang sistematis dan menarik. Sehingga, memudahkan peserta didik dalam belajar mandiri. Serta dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik

⁴ Gita Larasati and Ida Syamsu Roidah, "Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pembuatan Konten Gambar Sebagai Upaya Promosi Produk Umkm Di Media Sosial," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2023): 17–23, https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index.

⁵ Ghea Prasita Intan Muda, "Pengembangan Media Video Tutorial Pembuatan Variasi Jenis Roti Manis," *Syntax Idea* 5, no. 6 (2023): 655–74, <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i6.2248>.

masyarakat. Sehingga, pengembangan video tutorial menjadi salah satu upaya yang relevan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dan kualitas pendidikan.

Berbekal keunggulan-keunggulan tersebut, media video tutorial menjadi salah satu pendekatan yang relevan dengan kajian pendidikan. Masyarakat, diantaranya: (1) Efektif dalam menyampaikan informasi dan pengetahuan. Video tutorial dapat menyampaikan informasi dan pengetahuan secara bersamaan secara visual dan audio, sehingga lebih mudah bagi peserta didik untuk memahami. (2) Menyajikan informasi secara menarik: video tutorial dapat meningkatkan motivasi peserta didik untuk belajar karena menyajikan informasi secara menarik. (3) Mudah diakses dan didistribusikan.

Himpunan Pengusaha Muda Indonesia atau biasa dikenal dengan HIPMI merupakan sebuah organisasi independen yang merupakan kumpulan para pengusaha muda Indonesia yang bergerak dalam bidang perekonomian. Dalam struktur keorganisasian, HIPMI menetapkan adanya Badan Pengurus Pusat, Badan Pengurus Daerah berkedudukan, dan Badan Pengurus Cabang yang masing-masing berkedudukan di ibukota negara, ibukota provinsi dan ibukota kabupaten/kota.

HIPMI Academy merupakan badan otonom dari HIPMI Kota Bogor. Anggota HIPMI Academy Kota Bogor ialah kumpulan anak muda Kota Bogor yang memiliki minat dan semangat untuk berwirausaha. Anggota HIPMI Academy memiliki latar usia muda, sekitar 20 tahun hingga 30 tahun. Walaupun beranggotakan anak muda, semua anggota sudah memiliki usaha dengan skala kecil atau menengah. Beberapa contoh usaha mereka yaitu Stikbab (cemilan stik kulit kebab), Authentea (minuman teh nusantara) bergerak di bidang kuliner, Cude Konfeksi (konveksi baju), Ann Modesty (*brand muslimah outfit*), Fashaalbogori_Store (brand kaos casual) bergerak di bidang tekstil, dan lainnya.

Berikut beberapa contoh konten promosi usaha dari anggota HIPMI Academy Kota Bogor:



Gambar 1.1 Desain Konten Promosi dari Ann_modesty



Gambar 1.2 Desain Konten Promosi dari Authenty



Gambar 1.3 Desain Konten Promosi dari Pawdorable

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 11 bulan Oktober tahun 2023 bersama Rizal selaku Ketua HIPMI Academy Kota Bogor dan 3 anggota HIPMI Academy. Peneliti melakukan Wawancara untuk mengetahui aplikasi apa yang digunakan untuk bahan promosi dan konten

promosi apa saja yang sudah dihasilkan oleh para pelaku usaha pada himpunan pengusaha muda Indonesia (HIPMI) Academy. Kemudian, peneliti menemukan bahwa, anggota HIPMI Academy Kota Bogor sering menggunakan aplikasi *canva* untuk membuat bahan promosi. Namun, dikarenakan keterbatasan dana dan keterbatasan kemampuan terkait pembuatan konten media promosi, sehingga mereka belum memiliki team *creative marketing* didalam usaha mereka dan baru mampu menciptakan konten promosi yang sederhana. Beberapa jenis konten media promosi, seperti brosur dan poster telah digunakan dalam aktivitas promosinya, Namun mereka belum memiliki variasi konten media promosi dalam bentuk *motion graphic* yang relevan dengan target audiensnya. Anggota HIPMI Academy Kota Bogor membutuhkan konten media promosi yang lebih segar dan menarik. Maka dari itu, peneliti bermaksud untuk menyusun pelatihan media pengembangan video tutorial konten promosi berbasis *motion graphic* menggunakan *Canva*. Dengan demikian, diharapkan mereka dapat lebih mendalami dalam memanfaatkan aplikasi *Canva* sebagai media promosi. Sehingga, menghasilkan berbagai jenis konten promosi dalam bentuk *motion graphic* sebagai media promosi yang modern dan menarik yang dapat menyampaikan informasi dengan cara yang *fresh* dan menarik bagi target audiens.

Berdasarkan landasan dari analisis permasalahan, diperlukan pengembangan media pembelajaran berbentuk video tutorial pembuatan konten promosi berbasis *motion graphic* menggunakan aplikasi *canva*. Dengan tujuan sebagai media pembelajaran pada Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Academy Kota Bogor dalam menghasilkan variasi konten promosi. Diharapkan media pembelajaran ini dapat membantu peserta didik dalam memahami cara pembuatan video promosi berbasis *motion graphic* dengan lebih mudah dan menarik. Pengembangan video tutorial dilakukan melalui kegiatan penelitian model ADDIE dengan judul penelitian ini adalah “Pengembangan Video Tutorial Konten Promosi Berbasis *Motion Graphic* Menggunakan *Canva* Pada HIPMI Academy Kota Bogor”.

B. Identifikasi Masalah

Setelah mengetahui dan menyimpulkan latar belakang masalah, sehingga beberapa identifikasi masalah di antaranya yaitu:

1. Kebutuhan peserta didik akan media video tutorial mengenai pembuatan konten promosi berbasis *motion graphic* yang menarik dan mudah di gunakan.
2. Peserta didik belum pernah belajar mengenai video promosi berbasis *motion graphic*.
3. Belum memaksimalkan aplikasi yang dipelajari oleh peserta didik dalam memahami *motion graphic* dengan baik.

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Media yang dikembangkan peneliti yaitu video tutorial yang di rancang untuk menjelaskan secara detail proses pembuatan *motion graphic*.
2. Teknik yang digunakan untuk membuat konten media promosi berupa animasi adalah teknik *motion graphic*.
3. Video yang dikembangkan dapat diakses secara online berbentuk video tutorial yang dibuat menggunakan aplikasi Canva.
4. Perangkat lunak yang digunakan yaitu aplikasi Canva yang merupakan aplikasi *open-source* yang memungkinkan untuk membuat atau mengembangkan video *motion graphics*.
5. Uji coba lapangan pengguna produk dilakukan di Himpunan Pengusaha Muda (HIPMI) Academy Kota Bogor.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengembangkan media Video Tutorial Konten Promosi Berbasis *Motion Graphic* Menggunakan *Canva*?
2. Bagaimana kelayakan media Video Tutorial Konten Promosi Berbasis *Motion Graphic* Menggunakan *Canva*?

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk banyak pihak, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Memberikan pengalaman serta wawasan bagi peneliti dalam mengembangkan media pembelajaran berupa media Video Tutorial Konten Promosi Berbasis *Motion Graphic* Menggunakan *Canva* Pada HIPMI Academy Kota Bogor.

2. Bagi Himpunan Pengusaha Muda (HIPMI) Academy Kota Bogor

Dapat memanfaatkan hasil produk berupa Video Tutorial Konten Promosi Berbasis *Motion Graphic* Menggunakan *Canva* sebagai media pembelajaran dalam pembuatan media promosi agar lebih bervariasi, *fresh* dan menarik.

3. Bagi Prodi Pendidikan Masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan media video tutorial sebagai bentuk media pembelajaran.