

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran dan promosi produk telah menjadi aspek penting dalam dunia bisnis modern. Dalam era digital yang terus berkembang, pemanfaatan teknologi dan media digital menjadi kunci utama dalam mencapai kesuksesan pemasaran. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan rumah tangga untuk mendukung pendapatan keluarga (Purwana et al., 2017). Era digital memang tidak dapat dihindari, menurut pakar pemasaran Yuswohadi, agar pelaku UMKM dapat bertahan, mereka harus dapat mengoptimalkan manfaat dari perkembangan digital (Maulana, 2017). Perubahan yang cepat dalam arah digitalisasi mendorong pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan keadaan yang terus berubah tersebut. Perkembangan teknologi multimedia juga telah mengubah cara promosi produk, bukan hanya sebatas tulisan dan gambar, tetapi kini telah berkembang menjadi bentuk video. Dengan adanya video, pemasaran dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan informasi yang lebih menarik serta mudah dipahami oleh konsumen (Sari et al., 2021).

Pemanfaatan media visual sebagai alat pemasaran telah menjadi sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka. Salah satu bentuk media visual yang semakin diminati adalah video promosi berbasis animasi 2D dengan teknik *motion graphic*. Teknik ini dapat membantu menciptakan daya tarik visual, menyederhanakan pesan yang ingin disampaikan agar menjadi lebih mudah dipahami oleh audiens yang dituju dan memberikan kesan modern sesuai dengan tren media saat ini. Selain itu, UMKM sering kali memiliki keterbatasan anggaran dan sumber daya untuk kampanye pemasaran yang mahal. Dengan implementasi teknik animasi 2D berbasis *motion graphic*, UMKM dapat menciptakan video promosi yang menarik dengan biaya relatif lebih terjangkau. Video promosi tersebut nantinya bisa digunakan UMKM untuk promosi melalui media sosial diberbagai *platform* sesuai kebutuhan atau pameran dan *event* promosi.

Dalam konteks industri kuliner, produk gula aren yang merupakan hasil dari UMKM, memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dan memperkenalkan kekayaan kuliner lokal. Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam, dari sekian banyak sumber daya alam yang ada di antaranya yaitu gula aren. Gula aren adalah salah satu jenis gula alami yang dihasilkan dari getah pohon aren atau nira yang banyak digunakan sebagai bahan dasar dalam berbagai masakan serta minuman tradisional.

Gula Arenku berdiri sejak 5-6 tahun yang lalu dan terbilang baru, ini merupakan pengembangan usaha milik Pak H. Fahrudin selaku pimpinan PD Mie Ayam Berkah. Meskipun usaha Pak H. Fahrudin bisa dibilang sudah cukup lama dikenal dan berdiri sejak puluhan tahun lalu, namun *basic* produk yang telah dikenal merupakan usaha produksi mie ayam milik beliau yaitu PD Mie Ayam Berkah, oleh karena itu butuh alternatif media promosi untuk mempromosikan produk gula aren tersebut. Sebelumnya pemasaran atau promosi dilakukan secara langsung dan juga *online* seperti melalui Facebook, Whatsapp, serta Instagram. Promosi penjualan secara langsung seringkali memiliki cakupan geografis yang terbatas, artinya hanya dapat menjangkau orang-orang yang berada di dekat lokasi fisik bisnis tersebut. Kemudian untuk konten atau media yang disajikan dalam pemasaran *online* pada UMKM ini hanya berupa gambar monoton dan video singkat biasa, dimana gambar dan video yang singkat kurang menarik bagi konsumen. Ini dapat membuatnya sulit untuk bersaing dengan konten berupa video *motion graphic* yang memiliki daya tarik visual lebih kuat dan lebih efisien dalam menarik perhatian serta menyampaikan pesan secara kreatif. Maka dari itu, dipilihlah video animasi 2D *motion graphic* untuk menjadi alternatif media promosi produk Gula Arenku. Berdasarkan latar belakang di atas maka diambil judul “**Implementasi Animasi 2D Berbasis *Motion Graphic* Pada Video Promosi Produk UMKM Gula Arenku**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dibuat maka pembahasan yang akan dibahas oleh penulis pada penelitian Tugas Akhir ini yaitu :

1. Bagaimana membuat video promosi animasi 2D produk gula aren pada UMKM berbasis *motion graphic*?
2. Bagaimana melakukan pengujian video promosi animasi 2D produk gula aren pada UMKM berbasis *motion graphic*?

1.3 Batasan Masalah

Agar dalam penulisan Tugas Akhir ini terarah dan tidak menyimpang dari tujuan maka dibatasi masalah sebagai berikut :

1. Video promosi animasi 2D produk gula aren pada UMKM berbasis *motion graphic* dan menggunakan objek *flat design*.
2. Pada pembuatan video promosi animasi 2D *motion graphic* hanya membahas tentang produk Gula Arenku pada PD Mie Ayam Berkah.
3. Video promosi animasi 2D hanya akan menampilkan informasi tentang produk gula aren dan manfaatnya.

1.4 Tujuan

Dalam suatu penelitian tentunya ada tujuan yang hendak dicapai, adapun tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah :

1. Membuat media promosi berupa video Animasi 2D *motion graphic* pada UMKM.
2. Video animasi 2D *motion graphic* yang dihasilkan dapat menjadi alat bantu promosi bagi UMKM.

1.5 Manfaat

Manfaat dari perancangan video promosi Animasi 2D berbasis *motion graphic* produk gula aren pada UMKM adalah :

1. Memberi informasi dan mempromosikan kepada audiens tentang gula aren pada produk UMKM tersebut.

2. Menarik perhatian masyarakat melalui visual yang menarik sehingga berpotensi meningkatkan penjualan produk gula aren pada UMKM.
3. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai kebaikan gula aren yang lebih sehat dan alami.