



# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

PT Rumah Solusi Digital Internasional merupakan perusahaan konsultan yang bergerak di bidang *Information and Technology* (IT) dalam pengembangan proses bisnis untuk memenuhi setiap kebutuhan pelanggan. PT RSDI memiliki produk ERP (*Enterprise Resource Planning*) berbasis odoo yang bernama DGF *Technology* (*Digital Fun Technology*). ERP merupakan sistem informasi manajemen yang terintegrasi sehingga dapat memfasilitasi berbagai modul kebutuhan sistem departemen yang berbeda secara spesifik, misalnya modul POS (*Point of Sale*) (Aziza dan Rahayu 2019). POS merupakan sistem yang terintegrasi dengan perangkat keras pendukung proses transaksi dan dapat terhubung berbagai modul manajemen keuangan lainnya sesuai kebutuhan (Sugianto dan Tjandra 2016). Hingga kini, PT RSDI masih mengandalkan relasi dari induk perusahaan yakni, PT Expert Engineering dan PT Marindo Jaya Sejahtera dalam mendapatkan pelanggan. PT RSDI berharap bahwa perusahaan dan produk DGF *Technology* dapat dikenal oleh masyarakat lebih luas. Oleh karena itu, PT RSDI mulai menggunakan media sosial sebagai platform pengenalan perusahaan. Namun kondisi media sosial tersebut belum aktif digunakan sehingga mengharapkan adanya media baru yang dapat memberikan informasi dan mengenalkan perusahaan serta produk DGF *Technology* ke masyarakat melalui media sosial, sehingga dapat mencapai target klien yang merupakan para pelaku bisnis, mulai dari manufaktur, perbankan, retail, grosir, *shipping industry*, galangan kapal, pelabuhan, kawasan industri, perusahaan konstruksi, manajemen *estate, trucking and forwarding, food franchise*, restoran.

Dalam perkembangan media, kini *motion graphic* sering kali digunakan sebagai metode komunikasi (Song 2021). Hal ini dikarenakan *motion graphic* berfokus pada kegiatan membangun *branding* dan promosi sehingga sering kali digunakan sebagai media periklanan (Liz Blazer 2016). *Motion graphic* merupakan proses penggabungan berbagai elemen desain berbasis visual seperti gambar, ilustrasi, tipografi, dan videografi (Fakhri Azmi dan Denny Indrayana Setyadi 2018). Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka solusi yang dapat ditawarkan ialah penggunaan *motion graphic* sebagai media alternatif pengenalan perusahaan melalui media sosial karena penggunaan *motion graphic* dapat memuat banyak informasi dengan penampilan yang menarik dan penyebaran video yang mudah dengan pemanfaatan media sosial sebagai media publikasi sehingga dapat mencapai target yang ingin dituju.

Dengan pertimbangan tersebut, maka pada tugas akhir ini dibuatlah video *motion graphic company profile* PT RSDI dan pengenalan *point of sale* aplikasi DGF yang dimiliki PT RSDI sehingga dapat menjadi sarana informasi pengenalan instansi dan produk DGF.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, dapat dijabarkan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pembuatan video *motion graphic company profile* dan pengenalan *point of sale* aplikasi DGF?
2. Metode yang dapat digunakan untuk pembuatan *motion graphic* tersebut?

### 1.3 Tujuan

Tujuan dari pembuatan video *motion graphic company profile* PT RSDI dan pengenalan *Point of Sale* Aplikasi DGF adalah menghasilkan video berupa *motion graphic company profile* PT RSDI dan pengenalan POS aplikasi DGF. Hasil dari pembuatan *motion graphic* tersebut dapat dijadikan sebagai sarana informasi pengenalan instansi dan produk DGF *Technology onology*.

### 1.4 Manfaat

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan yang telah saya jelaskan diatas, maka manfaat dari pembuatan laporan Tugas Akhir, sebagai berikut :

1. Bagi masyarakat / pengguna  
Masyarakat dapat memperoleh informasi perusahaan PT RSDI dengan mudah dan memahami kegunaan POS serta kelebihanannya.
2. Bagi perusahaan  
Perusahaan dapat menggunakan video *company profile* sebagai media pengenalan PT RSDI ke masyarakat maupun ke perusahaan lainnya dan dapat mempromosikan produk POS.

### 1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada pengerjaan *motion graphic company profile* PT RSDI dan pengenalan *Point of Sale* aplikasi DGF adalah sebagai berikut:

1. Pengerjaan *motion graphic* dilakukan secara individu untuk menghasilkan dua produk.
2. Video berfokus pada *company profile* PT RSDI dan pengenalan *Point of Sale* aplikasi DGF.
3. Durasi video tidak lebih dari 3 menit.
4. Target *audience* merupakan masyarakat, khususnya para pebisnis dengan jangkauan umur dari 18-44 tahun.