

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya teknologi informasi, berkembang juga media promosi yang semakin menarik, kreatif dan inovatif, seperti media promosi dalam bentuk *motion graphic* (Martono *et al.* 2018). *Motion graphic* adalah media dalam bentuk visual yang menggabungkan antara desain grafis dan film dengan menambahkan berbagai elemen dasar yang berbeda seperti desain objek 2 dimensi, desain objek 3 dimensi, animasi, ilustrasi, fotografi, video, musik, dan tipografi (Krishna *et al.* 2010). Perkembangan media promosi dengan cepat pada masa ini memudahkan masyarakat mendapatkan informasi termasuk informasi tentang perusahaan. Pada umumnya, perusahaan mempromosikan visi, misi, dan program-programnya kepada masyarakat atau khususnya bagi para konsumen yang ingin menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut salah satunya melalui *company profile*.

*Company profile* adalah suatu media promosi dan komunikasi bagi perusahaan atau institusi untuk memperkenalkan produk atau jasa dari perusahaan atau institusi itu sendiri (Budiman *et al.* 2016). *Company profile* memiliki peran cukup penting bagi perusahaan yang melakukan *business to business* karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu manfaat lain dari *company profile* sebagai sarana presentasi adalah dapat mempersingkat pertemuan sehingga klien tidak perlu bertanya secara detail tentang profil, visi, dan misi perusahaan secara langsung (Liem *et al.* 2015). *Company profile* dengan teknik *motion graphic* biasanya diproduksi oleh perusahaan-perusahaan digital agensi, salah satunya seperti PT Maxymum Tekno Lestari.

PT Maxymum Tekno Lestari merupakan perusahaan digital agensi yang berbasis teknologi informasi dan industri kreatif yang beralamat di Jl. Sempur Kaler No. 67 Kec. Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Pada tahun 2019 PT Maxymum Tekno Lestari bekerja sama dengan Yayasan Rumah Yatim yang merupakan lembaga amal zakat nasional dan lembaga yang bergerak di bidang sosial, kemanusiaan, dan keagamaan dalam pembuatan web *design* untuk *microsite fundraising 2019*, *annual report 2019*, presentasi *report event fundraising 2019-2020*, dan laporan kegiatan *fundraising* patungan untuk berbagi 2020. Setelah bekerjasama selama dua tahun PT Maxymum Tekno Lestari ingin mengembangkan kerja samanya dibidang multimedia dengan memberi penawaran pembuatan *motion graphic company profile*, *motion graphic* cara berzakat secara *online*, dan *motion graphic* jenis-jenis zakat.

Pembuatan video *company profile*, video cara berzakat secara *online*, dan video jenis-jenis zakat dengan teknik *motion graphic* ini diharapkan dapat menjadi salah satu pilihan untuk memberikan informasi atau mempromosikan program-program, visi, dan misi Yayasan Rumah Yatim terhadap masyarakat atau khususnya bagi para konsumen yang ingin menggunakan produk atau jasa dari Yayasan Rumah Yatim. Pada kesempatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Maxymum Tekno Lestari penulis diberi kesempatan untuk membuat *motion graphic* untuk klien Yayasan Rumah Yatim. Sehingga berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka judul tugas akhir yang dipilih penulis adalah

“Pembuatan *Motion Graphic* Untuk Klien Yayasan Rumah Yatim di PT Maxymum Tekno Lestari”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari tugas akhir yang berjudul “Pembuatan *Motion Graphic* Untuk Klien Yayasan Rumah Yatim di PT Maxymum Tekno Lestari” adalah:

1. Bagaimana cara Yayasan Rumah Yatim untuk mempromosikan visi, misi, dan program-programnya kepada masyarakat agar mudah didistribusikan?
2. Apa saja *motion graphic* yang dihasilkan pada pembuatan *motion graphic* untuk klien Yayasan Rumah Yatim?

## 1.3 Tujuan

Tujuan dari pembuatan tugas akhir yang berjudul “Pembuatan *Motion Graphic* Untuk Klien Yayasan Rumah Yatim di PT Maxymum Tekno Lestari” adalah

1. Menghasilkan produk multimedia berupa *motion graphic*.
2. *Motion graphic* yang dihasilkan diantaranya adalah *motion graphic company profile*, *motion graphic* cara berzakat secara *online*, dan *motion graphic* jenis-jenis zakat.

## 1.4 Manfaat

Manfaat dari pembuatan *motion graphic* untuk klien Yayasan Rumah Yatim adalah sebagai berikut :

1. Yayasan Rumah Yatim mempunyai *motion graphic company profile*, *motion graphic* cara berzakat secara *online*, dan *motion graphic* jenis-jenis zakat untuk mempromosikan program-program, visi, dan misi yang mudah didistribusikan. Dengan *motion graphic company profile*, *motion graphic* cara berzakat secara *online*, dan *motion graphic* jenis-jenis zakat masyarakat dan calon donatur lebih mengenal Yayasan Rumah Yatim.
2. PT Maxymum Tekno Lestari mendapatkan manfaat dalam pengerjaan *project* baru di bidang multimedia dalam bentuk *motion graphic*.
3. Penulis dapat menambah ilmu baru dan dapat menambah portofolio dari *motion graphic* yang telah dibuat.

## 1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pembuatan *motion graphic* untuk klien Yayasan Rumah Yatim adalah sebagai berikut:

1. Produk yang dihasilkan berupa *motion graphic*.
2. Produk *motion graphic* yang dihasilkan adalah video *company profile*, video cara berzakat secara *online*, dan video jenis-jenis zakat.
3. *Motion graphic* yang dibuat menampilkan latar belakang berdiri, visi, misi, dan program-program Yayasan Rumah Yatim yang didapat dari *website* Yayasan Rumah Yatim.
4. Target *audience* untuk *motion graphic company profile* adalah calon donatur Yayasan Rumah Yatim.