



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan teknologi semakin pesat. Smartphone sudah bukan lagi menjadi barang mewah, hampir semua orang memiliki smartphone. Sehingga perlahan – lahan hal ini menimbulkan kebiasaan baru, kebiasaan tersebut membuat semua menjadi lebih mudah dan praktis. Kita bisa mendapatkan barang yang kita inginkan hanya dengan sekali sentuh tanpa perlu keluar rumah barang sampai depan rumah dan lama kelamaan kebiasaan ini merubah perilaku masyarakat menjadi lebih konsumtif. Hal ini membuat perlahan – lahan pelaku usaha mulai untuk memikirkan bagaimana caranya agar usahanya bisa tetap hidup di era serba digital ini. Mereka berlomba – lomba untuk membuat desain produk semenarik mungkin agar usahanya bisa tetap bertahan. Desain yang menarik menjadi sangat penting karena dapat menimbulkan rasa penasaran bagi orang yang melihatnya sehingga secara tidak langsung orang akan membeli produk tersebut walaupun produk tersebut banyak yang serupa.

Selain itu juga di era yang serba digital ini juga terjadi perubahan dalam melakukan promosi, media sosial kini tidak hanya digunakan untuk berbincang dengan teman namun juga sekarang media sosial digunakan sebagai media promosi yang cukup efektif untuk mengenalkan produk, khususnya dalam kondisi pandemi seperti saat ini membuat promosi melalui media sosial sangat gencar dilakukan karena tidak perlu bertemu langsung dengan calon konsumen juga biaya yang murah dan efektivitas yang tinggi.

Hal ini pula yang membuat PT.PLAZA AUTO PRIMA sadar bahwa sudah saat nya memasarkan dan mempromosikan mobil mereka melalui media sosial, sehingga mereka mulai mempromosikan mobil dengan membuat konten media sosial berupa video sinematik mobil yang bertujuan untuk memperkenalkan keunggulan mobil yang mereka jual. Selain video sinematik, Plaza Toyota juga membuat konten motion graphic yang digunakan untuk mengenalkan program promosi mereka kepada orang – orang agar tertarik untuk membeli mobil Toyota.

Dengan begitu artikel ini bertujuan untuk membahas bagaimana konten *motion graphic* dan video sinematik dapat membantu dalam mempromosikan suatu barang, seperti apa *motion graphic* yang dapat menarik perhatian pengguna sosial media dan bagaimana konten – konten tersebut dapat menarik perhatian dan apakah dengan adanya konten *motion graphic* dan sinematik dapat mempengaruhi penjualan.

Artikel ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai pertimbangan dalam pembuatan konten promosi ataupun keperluan iklan dengan menggunakan konsep animasi. Saat ini animasi digemari bukan hanya kalangan anak – anak saja namun juga remaja hingga orang dewasa. Dan dewasa ini mulai marak penggunaan konten promosi berupa animasi mengingat pembatasan sosial dikala pandemi Covid 19 karena sulitnya untuk melakukan syuting sehingga animasi menjadi pilihan. Sehingga kedepannya dengan melakukan promosi melalui media sosial dengan konten *motion graphic* maupun sinematik yang berkualitas dapat membantu meningkatkan penjualan.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA