

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada zaman modern saat ini, teknologi yang majunya sangat pesat sekali pesrsaingan pasar yang sangat ketat sekali baik berupa barang maupun jasa, cara pemasaran produk yang mereka punya antara lain dengan menggunakan iklan, baik berupa tulisan di baligho ataupun dengan cara membuat video promosi. Video promosi pada era digital saat ini sangat mendukung sekali untuk kemajuan suatu perusahaan yang menjual barang ataupun jasa. Hampir setiap kita meng akses internet iklan selalu muncul.

Banyak platform yang sangat mendukung untuk penyebaran video promosi seperti youtube, Instagram, videotron, dan lain sebagainya. Banyak orang yang mencari produk ataupun jasa dari platform-platform tersebut. Semakin banyak orang yang tahu akan keberadaan barang ataupun jasa yang dijual maka akan semakin banyak pula peluang untuk memajukan penjualan perusahaan, mengapa ? karena semakin terkenal nama penjual akan semakin banyak orang yang mencari tentu sesuai dengan pelayanan dan kepuasan si pelanggan.

Konsep yang baik akan membuat video promosi menjadi lebih menarik ditambah dengan motion graphic untuk mempercantik tampilan video promosi. Kali ini penulis akan menggabungkan antara motion graphic dan live shoot dengan object yang akan di promosikan adalah CV. NAZMA. CV. NAZMA merupakan CV yang bergerak di bidang IT maupun non IT, untuk pengadaan barang dan jasa Konsultan IT maupun non IT. CV. NAZMA berdiri sejak Tahun 2007. konsumen dari Pemerintahan maupun swasta. pelayanan Kajian dan riset pendiri usaha dan pengembangan, penyusunan

rencana strategi, pelatihan untuk pengembangan UMKM, event organizer, pelatihan seminar dan workshop, financial technology Konsultan, literasi keuangan, pembibitan dan rehabilitasi Tanaman. prestasi yang di peroleh antarlain : pengembangan "Sistem Informasi Manajemen Akademi" pada Institut INTAN, Pelatihan "Sistem Pembelajaran Berbasis E-learning" pada institut Pertanian INTAN, konsultan Manajemen dan IT untuk Pemkot kota Yogyakarta,

Jasa pengembangan konten dan desain webset pada kantor Dinas Kesehatan DIY Oleh Karena itu penulis terdorong untuk membuat video promosi dengan judul "PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PROFILE CV. NAZMA DENGAN MOTION GRAPHIC DAN LIVE SHOOT",

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil rumusan masalah yaitu bagaimana membuat iklan menggunakan live shoot dan motion graphic sebagai media promosi CV. Nazma ?

1.3. Batasan Masalah

Supaya tetap fokus pada pembahasan, penulis membatasi ruang lingkup multimedia kedalam lingkup yang lebih kecil agar tidak menyimpang dari rumusan masalah yang sudah diambil, maka penulis membatasi perancangan dan pembuatan video profile sebagai berikut :

1. Iklan dibuat dengan teknik live shoot dan motion graphic.
2. Motion graphic digunakan untuk menjelaskan event-event yang di adakan oleh CV. Nazma Hasil iklan akan di tayangkan di youtube channel Nazma dan Instagram Nazma.
3. Iklan berdurasi 1 menit 30 detik dengan format mp4.
4. Software utama yang digunakan adobe premier pro, adobe After Effect.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian di lakukan untuk memberikan acuan serta panduan dalam pembuatan iklan, tujuan penulis sebagai berikut :

1. Menghasilkan iklan yang dapat digunakan untuk mempromosikan jasa-jasa yang di sediakan oleh CV. Nazma.
2. Mengembangkan motion graphic untuk keperluan penunjang media periklanan.
3. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam berkreaitifitas khususnya dalam pembuatan video iklan.

1.5. Metode Penelitian

Metode yang di gunakan dalam pembuatan iklan adalah :

1.5.1. Metode Pengumpulan Data

1.5.1.1. Metode Studi Pustaka

Dalam metode ini pengumpulan data di lakukan dengan cara mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi akurat. Selain buku cetak ada juga buku elektronik (*e-book*) yang dapat dijadikan informasi pengumpulan data. Dalam mencari informasi di internet penulis menggunakan laman – laman internet yang memiliki kredibilitas, tingkat akurasi serta dapat di pertanggungjawabkan kebenarannya.

1.5.1.2. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dilakukan kepada pemilik CV. Nazma secara langsung.

1.5.1.3. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lokasi yang sudah di tentukan serta pengamatan terhadap video sejenis untuk menambah pengetahuan sebagai bahan penyusunan skripsi.

1.5.2. Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dan pembuatan animasi yaitu tahap pra-produksi yang akan mempermudah proses pembuatan iklan. Dimulai dari pembuatan naskah dan pembuatan *storyboard*

1. Produksi

Proses produksi meliputi pengambilan video secara live shoot, pembuatan gambar untuk animasi motion graphic.

2. Pasca Produksi

Proses ini adalah tahap *compositing*. Yaitu tahapan membuat *motion graphic* dari gambar yang sudah di buat dari tahapan produksi. Proses *Editing* atau seluruh elemen dan dilakukan proses *kombinasi dari render*.

1.5.3. Metode Testing dan Implementasi

Metode testing dilakukan dengan cara meng-upload iklan yang di buat pada Instagram milik CV. Nazma.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi menggunakan Bahasa Indonesia yang baku dan dibagi kedalam bab-bab yang akan di bahas dalam setiap bab, berikut ini adalah pembagian pada setiap bab :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab II akan di uraikan tentang teori-teori yang di jelaskan untuk melandasi pengertian iklan sebagai media promosi dan teknik yang di gunakan. Di dalam Bab ini juga akan di jelaskan dengan singkat tentang sistem perangkat lunak yang di gunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan di bahas mengenai profil, visi misi dan aftersick serta memaparkan metode analisis yang di gunakan berdasarkan masalah yang ada, hingga penjelasan tentang pembuatan iklan live shoot dan motion graphic sebagai promosi (pra produksi).

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan di jelaskan tentang proses pembuatan video profile membahas tentang proses produksi dan post produksi, dimana pada tahap produksi membahas tentang pembuatan bahan animasi dan post produksi membahas tentang mengimplementasikan bahan animasi pada video.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini adalah bab terakhir yang berisi uraian tentang kesimpulan dan saran untuk pengembangan yang lebih baik.