

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era teknologi dan informasi sekarang ini disadari bahwa hampir semua aspek kegiatan disegala bidang ditentukan oleh kualitas dari teknologi dan informasi yang diterima dan dihasilkan. Dalam perkembangan teknologi informasi, multimedia menjadi salah satu seni teknologi yang dapat menghasilkan berbagai jenis informasi seperti *design grafis*, *broadcasting* dan *audio-visual*. Hal ini menuntut semua pelaku usaha, instansi pemerintah maupun lembaga-lembaga lain untuk dapat berfikir kreatif dalam menyajikan informasi mereka sesuai dengan perkembangan yang ada.

Penggunaan media informasi sangatlah penting bagi pelaku usaha pada era sekarang, salah satu media informasi yang digunakan pada saat ini adalah media informasi video, dimana penggunaan media tersebut diyakini mampu menarik perhatian calon konsumen untuk melihat informasi yang ditampilkan. Seluruh informasi yang dibuat oleh perusahaan dimuat dalam sebuah konten video dan dibuat sekreatif mungkin sehingga konsumen tidak merasa bosan dalam menyimak informasi yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Salah satu ide kreatif penggunaan media informasi dengan video adalah menggunakan teknik animasi *motion graphic*. Video animasi *motion graphic* dinilai lebih memiliki daya tarik bagi penontonnya apabila dibandingkan dengan media promosi melalui kertas dan tulisan-tulisan yang memerlukan banyak waktu untuk membacanya. Pada sebuah studi psikologi yang pernah dilakukan, ditemukan fakta bahwa hanya 20% dari

orang-orang akan mengingat informasi yang mereka baca dan hanya 10% mengingat apa yang mereka dengar. Pada saat yang sama, 80% dari orang-orang akan mengingat apa yang mereka lihat dan apa yang mereka lakukan dan untuk hal lain, informasi visual diproses 60.000 kali lebih cepat dari tulisan.

Hostcore Yogyakarta merupakan salah satu penyedia jasa pembuatan website dan artikel yang berlokasi di Jl. Colombo No, 6 Yogyakarta. Hostcore Yogyakarta memiliki keunggulan dimana pelayanan selalu diutamakan dan dengan harga yang terjangkau. Dalam media informasi dan promosinya. Hostcore Yogyakarta hanya menggunakan brosur dan memasang pada website mereka yang dianggap masih sangat kurang. Media tersebut kurang menarik dan interaktif dalam menjelaskan informasi dan promosi mengenai ruang lingkup perusahaan secara lengkap dan detail serta mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi yang dibutuhkan, lain dengan media promosi dalam bentuk video profil karena dalam bentuk ini selain praktis, menarik, klien atau masyarakat juga diajak untuk menyimak dengan interaktif karena adanya konsep yang kreatif sehingga klien tidak bosan dan memperhatikan.

Sebagai pelengkap media informasi perusahaan dan sesuai dengan keadaan yang ada maka perancangan *company profile* ini diharap sesuai dengan peningkatan pemahaman konsumen mengenai informasi produk dan dapat digunakan setiap saat sebagai media promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang yang ada dan untuk mendapat solusi, penulis merumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana membuat animasi *motion graphic company profile* Hostcore Yogyakarta guna meningkatkan informasi jasa layanan SEO untuk konsumen, serta sebagai media promosi perusahaan?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah, maka peneliti menyadari perlu adanya pembatasan masalah dalam melakukan penelitian. Permasalahan yang dibahas pada penelitian ini akan dibatasi tentang :

1. Produk video animasi *motion graphic* 2D menampilkan data perusahaan Hostcore Yogyakarta dan penjelasan mengenai SEO.
2. Penggunaan multimedia dalam video *company profile* Hostcore Yogyakarta.
3. Durasi video animasi *motion graphic* 2D 2 menit.
4. Teknik yang digunakan menggunakan *Motion Graphic*.
5. Video akan ditampilkan di *website* perusahaan Hostcore Yogyakarta.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat produk video *motion graphic company profile* Hostcore Yogyakarta, dan hasil yang diharapkan agar bermanfaat:

1. Sebagai media publikasi Hostcore Yogyakarta dalam bidang multimedia *interactive company profile*.

2. Menghasilkan video animasi 2D *company profile* guna meningkatkan informasi mengenai jasa SEO di Hostcore Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan suatu media informasi berupa *company profile* yang mana dapat digunakan oleh perusahaan sebagai salah satu bahan promosi dimana perusahaan dapat menampilkan video *company profile* tersebut dalam website mereka. Manfaat lainnya adalah diharapkan dengan adanya video *company profile* ini dapat meningkatkan kualitas informasi yang didapatkan oleh konsumen.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Observasi adalah mencari data dengan bertemu langsung dengan pemilik atau manajer objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pihak perusahaan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan pada media promosi.

1.6.2 Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis PIECES, dengan menganalisis Kinerja (*Performance*), Informasi (*Information*), Ekonomi (*Economy*), Kendali (*Control*), Efisiensi (*Efficiency*) dan Layanan (*Service*).

1.6.3 Metode Pembuatan

Metode ini menjelaskan tentang proses pembuatan video animasi menggunakan *motion graphic* dari proses pembuatan animasi sampai menjadi *video* promosi.

1.6.4 Metode Perancangan

Tahapan ini menggambarkan proses perancangan video animasi 2D sebagai media promosi. Perancangan video animasi 2D dapat menggunakan standar produksi animasi yang didalamnya terdapat beberapa langkah yaitu :

1.6.4.1 Praproduksi

Tahap praproduksi adalah tahap dimana penulis mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum video diproduksi secara nyata. Penulis dapat menghemat biaya dengan menyusun perencanaan yang baik sebelum memproduksi video promosi. Pertama-tama yang harus dipikirkan pada tahap praproduksi adalah mempelajari naskah, *storyboard*, dan menganalisa teknik produksi yang akan diterapkan dalam produksi iklan. Teknik produksi tersebut meliputi “*live action*”, animasi, dan efek-efek optis (spesial).

1.6.4.2 Produksi

Tahap produksi adalah periode selama iklan diproduksi secara komersial. Tahap ini meliputi kegiatan seperti pembuatan gambar (animasi), penganimasian gambar, perekam suara.

1.6.4.3 Pascaproduksi

Tahap pasca produksi adalah periode dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan diproduksi secara nyata untuk keperluan komersial. Kegiatan pascaproduksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesanan atau agensi, penggandaan, dan penyerahan atau penyiaran.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih terarah dan terstruktur pada permasalahan dibuat dalam beberapa bab berdasarkan pokok-pokok permasalahan, yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang dibahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori konsep dasar *multimedia*, pengertian *motion graphic*, konsep dasar *video animasi*, proses dalam pembuatan *video promosi*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang uraian tinjauan umum dari Hostcore Yogyakarta, tinjauan sistem lama, identifikasi masalah yang menggunakan analisis PIECES, rancangan konsep video promosi, naskah promosi, *character*, *storyboard* dan *audio*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang proses pembuatan video *motion graphic* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengumpulan data serta beberapa saran untuk bahan peninjauan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber – sumber yang menjadi referensi/acuan dalam penyusunan tugas akhir ini.

LAMPIRAN

Berisi tentang data yang dibutuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasan.