

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Video adalah alat atau media yang dapat menunjukkan benda yang nyata. Video sebagai media digital dapat menunjukkan bentuk susunan atau urutan gambar-gambar runtut dan memberikan ilusi, gambaran serta fantasi kepada gambar yang bergerak. Video menyediakan suatu kaidah penyaluran informasi yang sangat menarik. Video merupakan sumber atau media yang paling dinamik serta efektif dalam menyampaikan suatu informasi (Purwanti, 2015). [1]

Company profile memiliki peran penting bagi sebuah instansi atau perusahaan. Dimana melalui *company profile*, instansi atau perusahaan dapat mempresentasikan visi dan misi sebuah perusahaan juga menawarkan produk maupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan atau instansi kepada konsumen (Rachmat Kriyantono, 2008). [2]

Berdasarkan observasi langsung dan wawancara tidak terstruktur kepada Bapak Marczumi Rumambay selaku direktur utama Labiru Tour, saat ini Labiru Tour rutin melakukan promosi berbayar di Facebook, Google, dan Instagram agar dikenal luas oleh masyarakat. Media promosi yang digunakan adalah foto dan video dokumentasi. Namun begitu, pihak Labiru Tour tidak mau berpuas diri dan terus mengupayakan inovasi melalui beragam media promosi, salah satunya menggunakan video *company profile* untuk meningkatkan jumlah pengunjung, kualitas, citra dan tentunya pendapatan perusahaan.

Tujuan promosi adalah untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang barangnya, harganya, atau informasi lain yang memiliki kegunaan kepada konsumen, membujuk dan mempengaruhi terutama kepada pembeli-pembeli potensial, dengan mengatakan bahwa suatu produk lebih baik daripada produk yang lainnya, dan menciptakan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi sebaik-sebaiknya misalnya untuk promosi periklanan "*advertising*" dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk atau *layout* yang menarik (Swastha, 2000). [3]

Berdasarkan majalah *Motion by Design*, *Motion graphic* merupakan salah satu media atau salah satu sub dari ilmu desain grafis yang banyak digunakan dalam periklanan (TVC), film berupa *title sequence*, *opening* atau promo program TV, ataupun stasiun TV dan ada juga digunakan untuk video *clip music*, atau profil perusahaan. Cakupan multidisiplin ini memiliki banyak hal yang dibutuhkan oleh orang-orang atau perusahaan yang bekerja di lapangan. *Motion graphic* pada umumnya merupakan gabungan dari potongan-potongan desain/animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis. Ini dapat dicapai dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti 2D/3D, animasi, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik. [4]

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penyusunan skripsi yang berjudul "Pembuatan Video *Company Profile* Labiru Tour sebagai Media Promosi dengan Teknik *Motion Graphic*". Dengan adanya video *company profile* berbentuk *motion graphic* ini diharapkan informasi dapat tersampaikan dengan baik dan menarik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan suatu masalah yaitu bagaimana teknik *motion graphic* dapat diterapkan dalam pembuatan video *company profile* Labiru Tour?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada pembuatan video *company profile* ini sebagai berikut:

1. Menggunakan aplikasi Adobe 2020.
2. Menggunakan teknik *motion graphic*.
3. Video *company profile* berdurasi 2:01 menit.
4. Hasil akhir video *company profile* menggunakan format file .mp4 dengan resolusi *High Definiton* 1920 x 1080.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan teknik *motion graphic* dalam pembuatan video *company profile* Labiru Tour.
2. Membuat video *company profile* berbentuk *motion graphic* untuk Labiru Tour.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadi referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian lanjutan terkait dengan tema penelitian yang sama.
2. Menambah pengetahuan tentang teknik *motion graphic* pada pembuatan video *company profile*.

3. Alternatif bahan presentasi dan promosi Labiru Tour agar lebih dikenal masyarakat luas.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian sangat diperlukan untuk mendapatkan bukti kebenaran suatu konsep dan teori yang diperoleh serta untuk menemukan dan menguji suatu pengetahuan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

1.6.1 Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data-data adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) dan terwawancara (*interview*). Dalam hal ini, wawancara adalah metode pengumpulan data yang utama. Sebagian besar data diperoleh melalui wawancara mendalam kepada narasumber. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Marczumi Rumambay selaku direktur utama PT Labiru Tour dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai Labiru Tour.

2. Observasi

Dalam penelitian ini, kegiatan observasi yang diterapkan adalah observasi non partisipan dari segi pengumpulan data. Peneliti melakukan

pengamatan tanpa terlibat secara langsung dalam kegiatan atau objek yang diobservasi dan hanya berkedudukan sebagai pengamat saja.

3. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan pembuatan video *company profile* menggunakan teknik *motion graphic*.

1.6.2 Metode Analisis

Untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan dalam pembuatan video *company profile* Labiru Tour ini, maka digunakanlah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Fungsi analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). [5]

1.6.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama, yaitu pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang meliputi penentuan konsep, pembuatan naskah, dan pembuatan *storyboard*.

1.6.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan kedua dan ketiga dalam rangkaian pembuatan video *company profile*, yaitu tahap produksi dan pasca produksi. Tahap produksi meliputi pembuatan karakter dan animasi. Sedangkan tahap pasca produksi di dalamnya dilakukan *editing*,

memeriksa hasil sementara setelah *editing*, kemudian jika hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan *rendering* untuk melakukan *packaging* hasil akhir dalam format video yang diinginkan.

1.6.5 Metode Testing

Penulis akan melakukan pencocokan gambar dari *storyboard* yang telah dibuat secara keseluruhan sudah sesuai atau belum, kemudian diimplementasikan di tempat penelitian.

1.6.6 Metode Implementasi

Penulis melakukan implementasi penayangan video *company profile* di media sosial Facebook Labiru Tour.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari 5 bab, dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bab 1 Pendahuluan

Bab ini akan menguraikan latar belakang pembuatan video *company profile* Labiru Tour, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

2. Bab 2 Landasan Teori

Dalam bab ini akan dijelaskan landasan teori yang akan mendukung penelitian ini, mulai dari kajian penelitian yang serupa sebelumnya, dasar teori yang didapat dari sumber pustaka dan kutipan mengenai penelitian ini.

3. Bab 3 Analisis dan Perancangan

Dalam bab ini akan dijelaskan secara rinci tentang penelitian yang dilakukan yaitu perancangan dan proses pra produksi video *company profile* Labiru Tour.

4. Bab 4 Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang proses produksi dan pasca produksi video *company profile* Labiru Tour, serta hasil akhir dan pembahasan.

5. Bab 5 Penutup

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari rumusan masalah yang ditemukan sebagai hasil dari keseluruhan pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan saran bagi peneliti yang akan melakukan penelitian serupa.

