

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era teknologi saat ini terutama industri 4.0 perkembangan digitalisasi terhadap kehidupan semakin berdampak pada segala kebutuhan manusia, khususnya pada bidang multimedia yang juga berkembang pesat saat ini yang semakin membantu dan memudahkan setiap manusia dalam hal memberi, menerima, menciptakan ataupun membagikan informasi yang dibutuhkan setiap harinya.

Peran multimedia saat ini sangat berpengaruh terhadap sisi kehidupan manusia, terutama dengan adanya internet yang semakin membantu dan memudahkan media dan informasi tersebar begitu cepat terlebih jika dikombinasikan dengan multimedia yang ada saat ini yang semakin membuat manusia ketergantungan dengan multimedia, contohnya saja dengan adanya media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook dan lainnya yang didalamnya memuat semua informasi dalam bentuk multimedia yaitu tulisan, video, audio, dan gambar yang bersifat visual maupun non-visual yang selalu menyajikan sebuah konten yang berisi edukasi ataupun hiburan, selain itu juga dapat digunakan sebagai sarana dan media promosi atau marketing seperti adanya sistem Facebook Ads dan Instagram Ads yang memudahkan promosi secara digital dan online dalam bentuk video ataupun foto dengan platform tersebut.

Media promosi yang ada pada saat ini juga mengalami kemajuan seperti yang dulunya banyak menggunakan media cetak dengan adanya teknologi semakin menambah alternatif media promosi dengan cara melibatkan multimedia

contohnya seperti videotron yang berisi promosi dalam bentuk video yang dihadirkan di jalanan ataupun seperti website dan media sosial yang dapat dijadikan company profile sekaligus promosi sebuah brand atau perusahaan. Proses pembuatan sebuah media promosi seperti company profile terutama dalam bentuk video juga menggunakan banyak teknik yang dapat dipakai seperti teknik *Live Shoot*, *Stop Motion*, dan *Motion Graphic*.

PT Anugerah Jaya merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang properti yang menjual rumah ataupun tanah, target klien perusahaan ini yaitu para masyarakat setempat, pendatang serta para buruh yang bekerja di perusahaan sawit. Sistem media promosi perusahaan ini masih menggunakan media cetak seperti brosur, banner, dan baliho sehingga jangkauannya mungkin tidak terlalu luas dan tidak begitu kompleks. Oleh karena itu, solusi yang tepat yang mungkin dapat dimanfaatkan sekarang yaitu dengan membuat media sosial karena saat ini media sosial merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan dalam proses promosi seperti contohnya dengan promosi melalui postingan di Facebook, Instagram, ataupun media sosial lainnya yang berupa gambar, teks, dan video sehingga lebih efektif dan lebih mudah dijangkau karena hanya dengan melalui platform media sosial seluruh informasi akan lebih mudah tersampaikan terutama masyarakat saat ini lebih mudah dan efektif menangkap informasi melalui multimedia seperti video dan dapat memuat lebih banyak informasi pada video tersebut. Penggunaan teknik *motion graphic* sangat cocok untuk digunakan terlebih perusahaan *property* sangat direkomendasikan dengan teknik ini dibanding dengan *live shoot* yang akan membuat durasi video akan menjadi sangat lama berhubung footage yang akan digunakan sangat banyak, selain itu teknik *motion graphic* lebih fleksibel dan minimalis sehingga masyarakat juga lebih mudah dalam menerima informasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu : Apakah video company profile dengan teknik *motion graphic* efektif diimplementasikan untuk kebutuhan promosi atau identitas perusahaan dan bagaimana proses perancangannya?.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah, beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan terhadap perusahaan PT Anugerah Jaya.
2. Menggunakan teknik *motion graphic* dalam proses pembuatannya.
3. Video *company profile* akan di upload ke kanal Youtube.
4. Video *company profile* akan dipromosikan melalui media sosial yang telah dibuat.
5. Durasi pada video maksimal 1 menit 30 detik, dengan format yaitu *.MP4, 720 pixel : 1280 x 720, H.264.
6. Hasil video company profile akan digunakan sebagai identitas serta kebutuhan promosi perusahaan.
7. Aplikasi atau software yang digunakan dalam pembuatan video yaitu Figma, Adobe After Effects CC 2019, Adobe Premiere Pro CC 2017 dan Ableton Live 10 Lite.

1.4 Maksud dan Tujuan

Tujuan dari penelitian “Pembuatan Company Profile Property Anugerah Jaya yaitu untuk mengimplementasikan multimedia yang berupa video dengan teknik Motion Graphic sebagai bentuk identitas perusahaan serta dapat menjadi media untuk kebutuhan promosi dalam bentuk digital sehingga menghemat biaya dan lebih efisien dalam proses pembuatannya.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

merupakan metode pengumpulan data dengan cara mewawancarai owner atau karyawan PT Anugerah Jaya dengan tujuan memperoleh data dan informasi yang benar dan sesuai tentang perusahaan tersebut.

2. Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang akan diteliti untuk memperoleh data seperti foto atau video.

1.5.2. Metode Analisis

Metode ini digunakan untuk menganalisis data yang sudah diperoleh melalui metode sebelumnya yaitu metode pengumpulan data dengan mencari dan mengenali penyebab masalah dan menganalisisnya menggunakan metode analisa SWOT atau singkatan dari (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

1.5.3. Metode Perancangan

Metode ini akan menjelaskan tahap-tahap dan proses perancangan video company profile property dari PT Anugerah Jaya. Adapun tahapannya yaitu sebagai berikut :

1. Pra Produksi, yaitu menentukan konsep naskah atau *script*, pembuatan storyboard, dan alat yang dibutuhkan.

2. Produksi, yaitu mengumpulkan file yang dibutuhkan yang berupa gambar dan teks yang nantinya akan dianimasikan sesuai dengan naskah dan storyboard.
3. Pasca Produksi, yaitu proses editing, rekaman audio, pemberian efek, penambahan animasi, dan pengoreksian video sebelum nantinya akan memasuki proses rendering.
4. Implementasi, yaitu video yang telah dibuat dan selesai siap untuk diupload di kanal Youtube atau media sosial.

1.5.4. Metode Evaluasi

Pada metode ini video yang telah dibuat akan dievaluasi dan diidentifikasi kembali serta dilakukan kuesioner terhadap penonton untuk memastikan video telah berjalan dengan benar dan lancar dan jika terjadi kesalahan akan diperbaiki kembali hingga video *company profile* siap untuk digunakan.

1.6 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat selama masa perkuliahan yaitu bidang multimedia dan merealisasikan di kehidupan nyata seperti membuat video *company profile* yang nantinya juga akan bermanfaat bagi penulis maupun yang lainnya.

2. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

Untuk menambah bahan referensi pustaka akademik serta dapat menjadi acuan dan pengembangan atau perbaikan bagi para peneliti lainnya yang mengambil studi kasus dalam bidang yang sama.

3. Bagi Objek Penelitian

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu identitas perusahaan PT. Anugerah Jaya dan untuk kebutuhan promosi perusahaan melalui digital.

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut urutan sistematika penulisan yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian tentang skripsi yang akan dibuat yang berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan dan Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, dasar teori pembuatan video company profile, teori multimedia dan *Motion Graphic*, serta referensi lainnya yang mendukung penelitian ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini terdapat tinjauan umum yang berkaitan dengan objek penelitian, proses dan langkah-langkah perancangan pra-produksi, dan uraian analisa yang nantinya akan diimplementasikan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat ini menjelaskan tentang tahapan pembuatan company profile dengan teknik *motion graphic* hingga sampai tahapan pasca-produksi dan menjelaskan hasil pembuatan untuk dapat diimplementasikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini berupa kesimpulan dari penelitian dan juga saran tentang segala kekurangan dan kelemahan dari pembuatan video company profile yang menggunakan teknik *motion graphic* agar dapat menjadi acuan dalam perbaikan bagi penulis pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA