

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menghidupkan urutan *still image* atau teknik memfilmkan susunan gambar atau model untuk menciptakan rangkaian gerak ilusi. Dibentuk dari model-model yang dibuat secara grafis yang kemudian digerakan adalah arti dari animasi. Istilah lain untuk animasi adalah *motion graphic* (gambar gerak). Disebut dengan gambar bergerak karena dalam proses pembuatannya digunakan banyak gambar yang berurutan dan dimanipulasi sedemikian rupa tampak seolah-olah gambar tersebut dapat bergerak. *Motion Graphic* adalah tipe animasi yang menampilkan tulisan dan grafik, misalnya penggunaan running teks dalam iklan atau logo corporate di station ID atau company profile. Jenis animasi ini juga digunakan dalam opening film atau acara di televisi.

Diamond Konveksi Yogyakarta merupakan konveksi yang berdiri sejak tahun 2013 bergerak dibidang jasa pembuatan kaos, kemeja, jaket, hoodie, celana dan lain-lain yang melayani pemesanan di seluruh Indonesia. Dalam pengembangannya Diamond Konveksi Yogyakarta ingin meningkatkan citra perusahaan melalui media pemasaran yang menarik, dinamis, hemat waktu dan biaya serta jangkauan seluruh Indonesia. Saat ini media promosi yang digunakan Diamond Konveksi Yogyakarta adalah media cetak yaitu brosur, namun sayangnya brosur tidak dapat menyediakan informasi yang memberikan visual

berupa gambar yang mewakili keseluruhan isi berita tentang profile Diamond Konveksi Yogyakarta. Brosur kurang menjelaskan tentang Diamond Konveksi yang sudah melayani pengiriman hampir seluruh wilayah Indonesia, dan bagaimana proses pemesanan produk ditambah lagi cangkupan brosur yang hanya sebatas lokal.

Perusahaan membutuhkan cara agar proses promosi dapat tersampaikan dan tergambarakan. Proses visualisasi dibutuhkan guna membantu menggambarkan proses yang tidak dapat dilihat menjadi dapat dinikmati. Menambah brosur menjadi video yang disajikan dalam konsep motion graphic yang menampilkan gambar 2D. Tujuan dari visualisasi atau ilustrasi yaitu untuk memperjelas pemahaman dengan harapan menggunakan media bantu visual tersebut akan lebih mudah dimengerti. Dengan menggunakan teknik motion graphic maka penjelasan tentang Diamond Konveksi yang sudah melayani jasa konveksi hampir seluruh wilayah Indoneisa dengan produk yang bergaransi dan harga yang kompetitif serta prosedur pemesanannya akan dapat divisualisasikan dengan baik, sesuatu yang tidak dapat dilakukan dengan teknik liveshoot.

Dari beberapa faktor kendala mengenai media promosi menggunakan brosur , penulis menyimpulkan ingin membuat sebuah video motion graphic sebagai media promosi yang menarik, dan tentunya mempunyai nilai komersial dalam usaha yang mampu memberikan karakteristik dan daya tarik tersendiri bagi konsumennya. Maka dalam penelitian dan pembuatan skripsi ini penulis mengambil judul “Pembuatan Video Company Profile pada Diamond Konveksi Yogyakarta Menggunakan Teknik Motion Graphic” Diharapkan kegiatan promosi

menggunakan video animasi merupakan salah satu media yang efektif untuk pemasaran produk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka disimpulkan rumusan masalah yang didapat: *"Bagaimana membuat video promosi untuk Diamond Konveksi Yogyakarta dengan menggunakan Teknik Motion Graphic?"*

1.3 Batasan Masalah

Dalam suatu penelitian perlu adanya batasan masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dalam pembahasan dan diharapkan tujuan penelitian dapat tercapai sesuai kebutuhan.

Adapun batasan-batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian dilakukan di Diamond Konveksi Yogyakarta
2. Video promosi akan menampilkan tentang produk apa saja yang bisa dibuat oleh Diamond Konveksi Yogyakarta, produk yang bergaransi, harga yang kompetitif, desain sendiri sesuka hati dan prosedur pemesanan sampai pengiriman.
3. Pembuatan video ini menggunakan teknik *motion graphic* secara keseluruhan.

4. Target dari hasil pembuatan video ini adalah melalui situs facebook dan Instagram Diamond Konveksi serta youtube.
5. Hasil akhir video promosi secara keseluruhan berdurasi 1 menit 06 detik.
6. Uji kelayakan video promosi akan dilakukan langsung oleh pihak Diamond Konveksi Yogyakarta serta Ahli Multimedia.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pembuatan video promosi pada Diamond Konveksi Yogyakarta adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan video promosi untuk membantu memasarkan dan mengembangkan Diamond Konveksi Yogyakarta kepada masyarakat maupun mitra bisnis.
2. Guna penyusunan skripsi sebagai syarat kelulusan program Strata 1 di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memeberikan manfaat bagi beberapa pihak diantaranya adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat penellitian bagi penulls, sebagai mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta :

1. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan sesuai bidang teknologi informasi.

2. Mengasah keahlian dalam menerapkan Teknik *Motion Graphic* dalam pembuatan video promosi perusahaan.

1.5.2 Manfaat penelitian bagi Diamond Konveksi Yogyakarta

1. Memberikan konsep baru dalam proses promosi Diamond konveksi untuk lebih di kenal masyarakat dan perusahaan lain.
2. Memberikan kemudahan bagi konveksi untuk memasarkan produk.

1.5.3 Manfaat penelitian bagi Konsumen:

1. Memberikan pandangan agar konsumen tertarik pada produk yang ditawarkan oleh Diamond Konveksi Yogyakarta.
2. Konsumen lebih mudah dalam mendapatkan informasi tentang Diamond Konveksi Yogyakarta.

1.5.4 Manfaat bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta

Sebagai referensi karya ilmiah dalam bentuk laporan skripsi bagi mahasiswa yang mengerjakan skripsi.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian yang di lakukan oleh penulis melalui beberapa aturan perancangan dan tahapan yang berurutan.

1.6.1 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang di gunakan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi, merupakan proses pengumpulan data dengan cara datang langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data dan informasi mengenai Diamond Konveksi Yogyakarta.
2. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan cara menanyakan secara langsung kepada narasumber untuk mengetahui informasi lebih tentang perusahaan yang berhubungan dengan pembuatan video promosi ini.

1.6.2 Metode Analisis

Untuk mengidentifikasi masalah, maka harus dilakukan analisis terhadap kinerja, informasi, ekonomi, pengendalian, efisiensi, dan pelayanan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode SWOT. Panduan ini dikenal dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threat*).

1.6.3 Metode Produksi

Metode pengembangan aplikasi yang digunakan untuk membuat aplikasi ini adalah:

1. Pra Produksi

Pada tahap ini akan memulai membuat ide, menentukan tema, story line, merancang story board dan menyiapkan peralatan yang akan digunakan untuk keperluan produksi.

2. Proses Produksi

Pengambilan gambar dan materi/informasi yang diperlukan pada perusahaan sesuai dengan storyboard yang telah dibuat. Setelah pengambilan gambar/foto hasilnya akan di gambar ulang sehingga menghasilkan gambar animasi 2D.

3. Pasca Produksi

Editing video, mulai dari penyusunan video dan mengimplementasikan animasi, penambahan narasi maupun backsound. Kemudian menuju pada tahap rendering video secara keseluruhan sesuai standart broadcasting

1.6.4 Evaluasi

Suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan penganalisis mempelajari sistem yang ada, dengan menggunakan kuesioner dapat mengukur apa yang ditemukan dalam wawancara.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka, membahas sistem secara umum yang meliputi konsep dasar multimedia, teknik animasi dan teori analisis serta teori mengenai kuisisioner.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai metode analisis kebutuhan data dan menjelaskan tentang pembuatan rancangan video promosi menggunakan teknik *motion graphic*

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membuat uraian tentang implementasi video promosi dengan *motion graphic* yang telah dibuat, serta hasil dari pembuatan video tersebut meliputi analisis hasil uji coba *upload* video.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

