

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beriklan merupakan salah satu aktivitas penting bagi perusahaan dalam memasarkan produk barang atau jasa yang di miliki. Perusahaan membangun komunikasi dengan calon konsumen melalui iklan-iklan dalam berbagai media. Menurut Pujiyanto (Nugroho & Haryadi, 2017:155), iklan di gunakan sebagai sarana komunikasi di rancang agar masyarakat setuju dan bersedia mengikuti pesan yang ada di dalamnya. Semakin cerdasnya konsumen karena mudahnya akses terhadap informasi mendorong perusahaan *mempublis* iklan yang tidak hanya benar dan menarik, tetapi juga efektif (Haryadi, 2016:1), yaitu melalui pemilihan media yang bias di pasang pada titik strategis serta bisa di lihat banyak orang dalam *intensitas* tinggi, salah satunya yaitu video.[1]

Menurut Irfan (2013:50) video company profile salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi suatu daerah. Dilihat dari pengertian video profile merupakan media informasi yang tepat untuk memperkenalkan suatu perusahaan, karena mampu menampilkan informasi yang lebih detail. [2]

Imam Group merupakan sebuah perusahaan sewa perlengkapan pesta dan sebuah acara yang berada di Lampung, kibang budi jaya, tulang bawang barat. Imam Group adalah sebuah perusahaan yang menyewakan alat perlengkapan pesta dan sebuah acara. Imam Group juga menyediakan beberapa paket hiburan di

mulai dari partai kecil, menengah hingga partai besar, sehingga dapat memenuhi permintaan pelanggan secara maksimal. Namun semakin banyaknya perusahaan sewa alat perlengkapan sebuah acara, Imam Group mengalami penurunan omset yang lumayan banyak sehingga membuat perusahaan Imam Grup meredup karena kehilangan banyak pelanggan yang beralih ke perusahaan baru dengan promosi yang lebih menarik. Kurangnya promosi dalam perusahaan Imam Group yang menyebabkan berkurangnya pelanggan, dalam hal pemasarannya Imam Group masih menggunakan metode lama yaitu dari mulut ke mulut saja, dimana cara tersebut hanya menggunakan satu elemen yaitu suara dan hanya mencakup lingkungan sekitar, sehingga cara tersebut di rasa sangat kurang efektif, karena tidak mengilustrasikan informasi dengan maksimal, sehingga kurang tersebar luaskan di kalangan masyarakat khususnya anak muda yang akan menikah.

Dari masalah yang telah di paparkan di atas, maka di perlukan sebuah solusi untuk mengatasi masalah tersebut. salah satu solusinya yaitu perlu di buat kan sebuah iklan berupa *video live shot*. *Live shot* adalah pengambilan gambar secara langsung, dengan *live shot*, maka dapat menampilkan objek secara nyata. Selain *live shot* penulis juga menggunakan *motion graphic*. Iklan yang menggunakan *motion graphic* menggunakan empat elemen yaitu gambar, tulisan, suara dan animasi. Sehingga *motion graphic* sangat tepat untuk menggambarkan grafik dalam penyampaian informasi paket yang di siapkan, serta pelayanan yang di berikan oleh Imam Group pada saat proses penyewaan. Dengan menggabungkan kedua teknik tersebut, maka dalam media pemasaran memiliki keunggulan tersendiri, yaitu mencakup lima unsur multimedia sekaligus meliputi video,

gambar, teks, suara dan animasi yang tidak dapat di sampaikan pada media sebelumnya.

Berdasarkan masalah dan solusi yang sudah di uraikan di atas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul "Pembuatan *Company Profile* Imam Group Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik *Motion Graphic* dan *Live Shot*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di sampaikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah, bagaimana Pembuatan *Company Profile* Imam Group menggunakan teknik *Motion Graphic* dan *Live Shot*?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian dapat terfokus untuk mengatasi permasalahan di atas, maka penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Video *Company Profile* di buat dengan menggabungkan kedua teknik yaitu *motion graphic* dan *live shot*.
2. Informasi yang di tampilkan meliputi profil perusahaan, alat yang di sewakan, dan pelayanan untuk sewa alat.
3. Tahapan penelitian hanya sampai penyerahan video *company profile* kepada pihak Imam Group dan publikasi endorse di Instagram.
4. Pembuatan *company profile* menggunakan software adobe illustrator, adobe audition, adobe after effect dan adobe premier
5. Video profil di serahkan dengan ukuran 720p.mp4.

6. Video profil di publikasikan pada Instagram di ke.damayanti selaku endorse dan akun Instagram imam group.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat Imam Group Lebih di kenal luas khususnya dunia hiburan. Mengembangkan pembuatan *company profile* dengan teknik *motion graphic* dan *live shot* sebagai media promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu media promosi Imam Group
2. Media konten sebagai informasi kepada orang yang akan menyelenggarakan sebuah acara.
3. Sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian.

Manfaat bagi penulis adalah menambah pengetahuan dan pengalaman melalui penelitian yang di lakukan melalui survei teori-teori yang menjadi acuan dalam penelitian ini.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjelaskan cara-cara memperoleh data yang di gunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pada saat mengumpulkan data, peneliti menggunakan beberapa metode, antara lain:

1. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan penulis dengan mengajukan pertanyaan sehingga memperoleh data dari jawaban pihak Imam Group

2. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan data yang secara langsung ke pihak Imam Group untuk mendapatkan data yang spesifik.

3. Metode Kepustakaan

Merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang di butuhkan melalui buku yang berkaitan dengan tema judul skripsi yang penulis ambil. selain buku cetak yang di jadikan referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat di jadikan referensi dalam metode kepustakaan.

1.6.2 Metode Analisis

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode SWOT dan analisis kebutuhan informasi, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak dan perangkat keras yang di butuhkan untuk membuat video.

1.6.3 Metode Testing

Metode testing merupakan tahap percobaan atau sampel. Sampel yang di ambil adalah video profil yang akan di tayangkan pada media social Instagram.

Untuk pengambilan sampel peneliti mengambil 20 responden dengan karakteristik, pengguna social media.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih terstruktur dan mudah di pahami, sistematika penyusunan laporan skripsi ini di bagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan Dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang ada di bab berikutnya ini berisikan tentang beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan *motion graphic*, elemen yang dibutuhkan dan langkah-langkah dalam pembuatan *motion graphic*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab III ini adalah gambaran dari Imam Group. Serta penjelasan tentang analisis dalam perancangan pembuatan *motion graphic*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dalam penulisan skripsi berisikan tentang pembahasan *motion graphic* yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat keterangan yang didapatkan dari beberapa buku, jurnal dan sebagai referensi dan panduan untuk membantu dalam pembuatan dan sebagai penulisan skripsi.