

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Motion graphic sekarang telah menjadi bagian utama dari lanskap visual kontemporer dengan teknologi interaktif yang menggabungkan TV, Internet, dan Lingkungan yang mendalam (Jon Krasner, 2008) [1]. *Motion Graphic* dewasa ini berkembang begitu pesat, seiring dengan banyaknya *developer software motion graphic* yang berlomba menawarkan berbagai kemudahan dan keistimewaan dalam *software* masing-masing. Saul Bass dikenal sebagai orang pertama yang mengimplimentasikan permainan grafik diawal sebuah film. Melalui pendekatan simbolis, film yang dibuatnya dapat menyampaikan esensi serta representasi dari seluruh film. Harry Marks seorang pekerja di ABC, BS, dan NBC di Amerika Serikat merupakan salah satu pelopor *motion graphic* dalam dunia pertelevisian. Hal tersebut tentu saja tidak lepas dari peran *live shoot* yang menjadi objek utama pada *motion design* yang membutuhkan objek nyata.

HJ Corporate merupakan sebuah Perusahaan Komanditer (CV) yang bergerak dibidang Teknologi Informasi yang berlokasi di Yogyakarta. HJ Corporate menawarkan berbagai macam kebutuhan berupa produk dan jasa. Salah satu produk yang sedang dikembangkan oleh HJ Corporate adalah PresensiD, sebuah sistem presensi digital berbasis web yang ditujukan bagi sekolah SMP & SMA sederajat, dimana dengan PresensiD orang tua dapat mengawasi secara langsung kehadiran anak mereka di sekolah. Tahapan promosi yang dilakukan HJ Corporate untuk produk dan jasa masih bersifat manual seperti membagikan brosur

dan mempromosikan di Instagram, begitu juga untuk PresensiD. Menurut penuturan HJ Corporate PresensiD sudah dilirik salah satu instansi Pendidikan yang ada di Yogyakarta. Aplikasi PresensiD sendiri masih dalam tahap pengembangan dan cukup baru sehingga hanya sedikit informasi yang disampaikan dalam promosinya. Melihat sudah adanya ketertarikan terhadap aplikasi tersebut maka penulis mengusulkan adanya media promosi dalam bentuk video profil guna membantu HJ Corporate dalam menyajikan informasi yang menarik dan informatif sehingga dapat dikenal lebih luas.

Media promosi yang dilakukan saat ini dirasa sudah cukup, akan tetapi untuk PresensiD dengan hanya menggunakan media promosi berupa brosur dirasa tidak akan cukup. Menggunakan brosur, fitur yang ditawarkan PresensiD cukup sulit untuk diilustrasikan seperti bagaimana cara PresensiD bekerja, menggambarkan fitur apa saja yang tersedia, bagaimana orang tua dapat mengetahui kehadiran anaknya disekolah, dan lain sebagainya. Dari permasalahan tersebut maka penulis mengusulkan adanya pembuatan media promosi video *profile* dengan menggabungkan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphics*. Adanya visualiasi informasi dalam bentuk video akan mampu menyampaikan informasi menjadi lebih ilustratif dengan beberapa ilustrasi yang dapat menjelaskan seperti cara kerja PresensiD, memvisualisasikan guru yang sangat terbantu dalam mengelola laporan kehadiran dan lain sebagainya. Teknik ini diharapkan dapat menyajikan visualiasi data menggunakan gambar, video, atau grafik suatu informasi tanpa mengurangi informasi yang ada, dengan dilengkapi narasi dan *backsound* agar lebih mudah diterima oleh audien.

Dari uraian diatas maka penulis akan mengambil judul "**Pembuatan Video Profile Produk PresensiD dari HJ Corporate dengan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphics***"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "*Bagaimana merancang dan membuat video profile produk PresensiD dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphics*?*"

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan *Video Profile* ini dibutuhkan batasan masalah agar video yang dihasilkan dapat lebih terarah dan dapat menyampaikan informasi maksimal. Adapun batasan masalahnya yaitu:

1. Materi dalam *video profile* ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi PresensiD.
2. Objek penelitian dalam *video profile* ini adalah PresensiD dari HJ Corporate.
3. Target durasi dari video yang dibuat ± 2 menit.
4. Target penayangan pada media *online* seperti YouTube dan Instagram TV.
5. Faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah faktor informasi dan kelayakan video.

6. Pengujian aspek informasi dari penelitian ini adalah HJ Corporate dan masyarakat umum.
7. Pengujian aspek tampilan dari penelitian ini adalah praktisi multimedia.
8. Tahap penelitian ini berakhir ketika video diserahkan ke HJ Corporate.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dibuatnya video *profile* ini yaitu sebagai berikut:

1. Membuat dan merancang video *profile* produk PresensiD untuk HJ Corporate.
2. Menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dalam perancangan video *profile* produk PresensiD.
3. Sebagai salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi Strata 1 Jurusan Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya tulis ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Observasi data

Pengumpulan data yang dilakukan langsung ke tempat HJ Corporate oleh penulis untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

2. Wawancara

Data diperoleh dari tanya jawab langsung yang dilakukan penulis kepada pihak HJ Corporate. Data yang diperoleh dari wawancara merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi secara akurat dan sesuai kebutuhan dalam proses pembuatan video *profile* produk PresensiD menggunakan *live shoot* dan *motion graphic*.

3. Studi Pustaka

Pengambilan data dengan mencari informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan diteliti melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari lembaga/ institusi. Metode studi pustaka ini menggunakan acuan berupa buku-buku atau literatur-literatur yang diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

1.5.2 Metode Analisis

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah yang ada pada PresensiD dari HJ Corporate berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor

eksternal (luar) yaitu *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*.

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan terbagi menjadi dua, yaitu analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional. Analisis kebutuhan fungsional merupakan analisis yang memuat informasi tentang proses-proses apa saja yang dilakukan dalam pembuatan video *profile* dalam penelitian ini. Sedangkan analisis kebutuhan non fungsional berisi informasi tentang hardware (perangkat keras), software (perangkat lunak), dan kebutuhan brainware (sumber daya manusia). Metode ini berguna untuk mempermudah penganalisaan kebutuhan dari video *profile* yang akan dibuat.

1.5.3 Metode Perancangan

Perancangan video profil dalam penelitian ini menggunakan produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah sebagai berikut:

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

1.5.4 Metode Evaluasi

Setelah pembuatan video selesai, maka tahap selanjutnya dilakukan pengujian kepada responden yang terdiri dari pihak HJ Corporate, masyarakat umum dan praktisi dibidang multimedia dengan mengujikan kuisioner untuk menilai aspek informasi dan visualiasasi yang ada pada video.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar pemahaman dalam penelitian ini menjadi lebih mudah dan terarah maka digunakan sistematika penulisan skripsi yang terbagi dalam 5 bab, yaitu sebagai berikut

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pengantar tentang hal yang sedang diteliti. Bab ini terdiri dari Latar Belakang, Perumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan pengantar tentang hal yang sedang diteliti. Bab ini menguraikan tentang hal yang berkaitan dan mendukung dalam proses pembuatan video yang berkaitan dengan ilmu, teknik, dan tahapan pembuatan film pendek serta perangkat yang akan digunakan.

BAB III. METODE ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profile singkat HJ Corporate dan produk PresensiD, analisis video yang akan dibuat, serta proses praproduksi video *profile* yaitu: naskah dan storyboard.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang proses produksi pembuatan video *profile* produk PresensiD dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

BAB V. PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan yang diperoleh dari pemecahan masalah dan diajukan saran untuk peninjauan selanjutnya agar bisa lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

