

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

SMK Ar-Rahmah adalah sekolah swasta yang berdiri pada tanggal 24 Oktober 2011. Sekolah ini berada di kompleks Pondok Pesantren Ar-Rahmah, Kedungbule, Trimurti, Srandakan, Bantul, Yogyakarta, Kode Pos 55762 dan berada di bawah naungan Yayasan Bani Fakhruddin. Satu-satunya jurusan yang ada di sekolah ini adalah jurusan Teknik Komputer dan Jaringan. Hingga saat ini, SMK Ar-Rahmah sudah meluluskan 4 angkatan dengan jumlah siswa sekitar 30 – 40 siswa tiap tahunnya. Target siswa setiap tahunnya telah terpenuhi 1 kelas. Ada rencana pada tahun 2018 – 2019 menambah 1 kelas lagi sehingga total siswa menjadi 64 siswa.

Dalam upaya memenuhi target tersebut, SMK Ar-Rahmah mencoba berbagai cara dalam promosi. SMK Ar-Rahmah promosi melalui media cetak, radio, brosur, pamflet, spanduk dan juga promosi melalui media social seperti Facebook, Twitter dan Web. Akan tetapi, media tersebut belum mampu menampilkan ruang kelas yang baru, kegiatan belajar mengajar, kegiatan praktek di laboratorium, kegiatan ekstrakurikuler, kegiatan di luar jam sekolah, dan sejarah berkembangnya SMK Ar-Rahmah Srandakan.

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, maka teknik yang digunakan adalah *Motion Tracking* dan *Live Shot*, *Motion Tracking* berguna untuk menampilkan nama kegiatan dan fasilitas sesuai pergerakan objek / kamera secara langsung dan *Live Shot* berguna untuk menampilkan fasilitas yang dimiliki dan kegiatan di SMK Ar-Rahmah, maka judul penelitian ini adalah “Perancangan dan Pembuatan *Video Company Profile* di SMK Ar-Rahmah Srandakan dengan menggunakan teknik *Motion Tracking* dan *Live Shot*”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang dan membuat *Video Company Profile* dengan menggunakan teknik *Motion Tracking* dan *Live Shot*?

## 1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan masalah di atas, maka batasan masalah yang dilampirkan dalam skripsi ini yaitu :

- a. *Video Company Profile* berupa live shot dan berdurasi kurang dari 8 menit.
- b. Penelitian ini pada objek SMK Ar-Rahmah
- c. Peneliti menawarkan teknik *Motion Tracking* yang diterapkan dan memproduksi *Video Company Profile* serta ikut dalam mendistribusikannya.
- d. *Video Company Profile* ini digunakan untuk media promosi pada SMK Ar-Rahmah.
- e. Teknik yang digunakan menggunakan *Live Shot* dan *Motion Tracking*.
- f. *Video Company Profile* hanya diupload ke Youtube.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah merancang dan membuat *Video Company Profile* di SMK Ar-Rahmah Srandakan dengan menggunakan teknik *Motion Tracking* dan *Live Shot*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Memberikan bantuan promosi kepada SMK Ar-Rahmah agar dikenal masyarakat luas.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### Metode Observasi

Observasi adalah mencari data dengan bertemu langsung dengan pemilik atau manajer objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan.

#### Metode Kepustakaan

Metode yang diperoleh dari buku yang memiliki keterkaitan dengan pembuatan *video company profile* menggunakan Motion Tracking dan Live Shot.

### 1.6.2 Metode Analisis

Dalam pembuatan *video company profile* ini menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis.

### 1.6.3 Metode Pembuatan

Metode ini menjelaskan tentang proses pembuatan iklan dengan menggunakan *motion tracking* dan *live shot* dari proses pembuatan animasi sampai menjadi *video company profile*.

### 1.6.4 Tahap Perancangan

Untuk memproduksi sebuah *company profile* harus melalui tiga tahap yaitu pra-produksi, tahap produksi, dan pasca produksi. Masing-masing tahap tersebut akan mempengaruhi biaya dan kualitas.

#### 1.6.4.1 Praproduksi

Perencanaan produksi memegang peranan penting sebelum memproduksi iklan. Beberapa hal yang harus

dilakukan dalam perencanaan produksi antara lain memilih sutradara, menyeleksi penawaran, memilih agen yang membuat iklan televisi (jika tidak kita dapat membuatnya sendiri), memperkirakan biaya dan waktu, membuat jadwal produksi, menentukan konstruksi iklan, pemilihan pemeran (casting), menetapkan lokasi syuting, pemilihan pakaian, persetujuan agensi dan pemesan, dan mengadakan pertemuan praproduksi.

#### **1.6.4.2 Produksi**

Produksi adalah periode selama iklan diproduksi komersial. Tahap ini meliputi kegiatan syuting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan, dan pemilihan kamera. Hari-hari selama syuting berlangsung adalah hari-hari yang panjang dan melelahkan. Jika ingin membuat iklan tentang profil suatu perusahaan yang berdurasi 30 menit, paling tidak memerlukan waktu syuting 1-4 minggu atau lebih. Jadi, kita memerlukan waktu syuting sekitar 2-7 hari untuk membuat iklan berdurasi 30 detik.

#### **1.6.4.3 Pascaproduksi**

Pascaproduksi adalah periode di mana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan televisi diproduksi secara nyata untuk keperluan komersial. Kegiatan pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi penggandaan, dan penyerahan atau penyiaran (untuk iklan TV).

## 1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih terarah dan terstruktur pada permasalahan dibuat dalam beberapa bab berdasarkan pokok-pokok permasalahan, yang diuraikan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang dibahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan teori konsep dasar *multimedia*, pengertian *motion tracking*, konsep dasar *video company profile*, proses dalam pembuatan *video company profile*.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini berisi tentang sejarah SMK Ar-Rahmah, analisis SWOT *video company profile* yang dibuat, serta menjelaskan rancangan *video company profile* pada tahap pra produksi.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas bagaimana perancangan dalam pembuatan video company profile secara teknis mulai dari produksi hingga pasca produksi

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengumpulan data serta beberapa saran untuk bahan peninjauan selanjutnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**