

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini di era digital, perusahaan-perusahaan saling bersaing dalam meningkatkan penjualan produk-produk mereka. Salah satunya memanfaatkan multimedia dalam menyampaikan informasi perusahaan. Kelebihan multimedia adalah menarik indera manusia, karena merupakan gabungan dari banyak media seperti gambar, suara, text, animasi, dan video, sehingga dengan multimedia perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai perusahaan dengan baik.

Multimedia merupakan salah satu alat yg benar untuk mempermudah dalam penyampaian informasi dalam bentuk audio video. Multimedia memungkinkan manusia dari interaksi langsung dapat dengan komputer melalui lewat gambar, teks, audio, animasi, dan video.

Multimedia juga dapat menghasilkan sesuatu yang lebih menarik, salah satu penerapan multimedia adalah untuk pembuatan iklan " GOTRAVINDO EDUCATIONAL PROGRAM " yang nantinya diharapkan dengan adanya iklan ini dapat meningkatkan mahasiswa untuk belajar di Gotravindo. Selain itu dengan adanya iklan ini dapat menjadi daya saing dengan lembaga-lembaga lainnya.

Media sosial Youtube banyak digemari oleh masyarakat untuk berbagai macam sarana. Baik untuk sekedar melihat video atau pun mengunggah video kedalam *YouTube*. *YouTube* sendiri memiliki banyak manfaat, diantaranya adalah sebagai sarana media promosi.[1]

Dari uraian diatas penulis melihat peluang untuk menciptakan suatu media promosi pada Gotravindo Educational Program melalui sebuah video dengan menerapkan teknik *3D Tracking Camera* yang nantinya video promosi tersebut akan dipublikasikan di *channel youtube*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka perlu di rumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan adalah bagaimana membuat perancangan iklan *Gotravindo Educational Program* Menggunakan Teknik *3d Tracking Camera* ?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Video Promosi ini berdurasi kurang lebih sekitar 3 menit.
2. Video promosi Gotravindo ini hanya menggunakan teknik *live shoot* dan *Motion Graphic 3D*.
3. Pada penelitian ini hanya menganalisa pembuatan video promosi dengan teknik *3D Tracking Camera*.
4. Pada pembuatan video promosi ini hanya sampai *final rendering*.
5. Video menggunakan format .mp4 dengan ukuran 720p.
6. *Software Editing* yang digunakan hanya *Adobe Premier CC 2018*, *Adobe After Effect CC 2018*, *Adobe Photoshop CC 2018*, dan *Corel Draw X7*.
7. Video promosi Gotravindo hanya akan diterapkan pada *channel youtube* Gotravindo.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Memenuhi prasyarat untuk menyelesaikan program Strata I Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Membuat konten video sebagai media promosi Gotravindo Educational Program.
3. Mengembangkan dan menambahkan pengalaman tentang teknik *tracking camera* yang digunakan dalam video media promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Menjadikan konten video Gotravindo sebagai media promosi yang menarik.
2. Membantu Gotravindo menciptakan *branding* perusahaan yang terpercaya dan mampu bersaing dengan pesaing dimata pelanggan dan masyarakat luas.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video promosi yang menerapkan *3D Camera Tracking* baik buatan Indonesia maupun luar negeri sebagai referensi.

2. **Metode Wawancara**

Wawancara dilakukan dengan pemilik perusahaan, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. **Metode Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data, mengambil gambar obyek dan dokumen terkait.

4. **Metode Studi Pustaka**

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan.

1.6.2 **Metode Analisis**

Pada penelitian ini, metode analisis yang penulis gunakan adalah deskriptif kualitatif dan analisis kebutuhan

1.6.3 **Metode Perancangan**

Metode perancangan adalah metode yang dilakukan sebelum kegiatan produksi (pra produksi) yang didalamnya terdapat beberapa langkah persiapan, yaitu, Scripting, Planning dan Development of Concept.

1.6.4 **Metode Pengembangan**

Metode pengembangan dapat dilakukan dengan langkah-langkah produksi, seperti Shooting, Acting, Creating Motion Graphic, Selanjutnya untuk

tahap pasca produksi yang dilakukan, adalah compositing, editing, review hasil sementara, serta rendering jika hasil sudah sesuai dengan yang diharapkan.

1.6.5 Implementasi

Merupakan tahap dimana video promosi yang telah selesai dibuat akan diimplementasikan atau ditayangkan pada channel YouTube *Gotravindo Educational Program*.

1.6.6 Testing

Tahap pengujian setelah video promosi tersebut ditayangkan pada channel YouTube. Pada tahapan ini penulis menggunakan Alpha Testing dan Beta Testing.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan menerangkan teori–teori yang melandasi analisis dan perancangan sistem dan jenis media promosi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang perancangan iklan dari proses pra produksi sampai post produksi. Pembuatan *storyboard* dan pembuatan ide cerita juga akan dipaparkan dalam bab ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana mengimplementasikan teknik dan akan menjelaskan perancangan secara teknis serta memaparkan hasil dari penerapan tersebut.

BAB V PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.