

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi dari pemilik produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan agar produk atau jasa, nama perusahaan dan merk dapat dikenal masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat agar membeli serta menggunakan produk atau jasa perusahaan. Mempromosikan sebuah produk atau jasa di jaman sekarang sudah mengalami metamorfosa. Salah satunya adalah dengan menggunakan konsep video promosi yang di sebarakan di *youtube*. Dimana aplikasi tersebut dapat di gunakan sebagai media promosi yang berisi video yang menarik, sehingga masyarakat merasa ingin menggunakan produk atau jasa perusahaan.

Di dalam video yang menarik, penulis memberikan efek Motion graphic yang membuat video tersebut menjadi unik dan tidak membosankan penontonnya. Motion graphic adalah percabangan dari seni desain graphic yang merupakan penggabungan dari ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi dengan menggunakan teknik Animasi. Motion yang berarti gerak dan Graphic atau istilah yang sering kita kenal dengan istilah grafis. Dari pengertian dua kata tersebut dapat diartikan bahwa Motion Graphic adalah gambar yang bergerak.

BUCINI adalah *merk* produk local dari PT. MJOINT1 produsen kulit yang sudah memiliki pasar di berbagai penjuru dunia, sesuai dengan visinya, menjadi produsen kulit berkualitas internasional sudah di wujudkan sejak tahun 2000. Untuk menciptakan kesan

eksklusif, showroom BUCINI hanya ada di satu tempat di daerah persawahan yang masih asri. Lokasi showroom bucini menyatu dengan workshop untuk memudahkan distribusi barang. BUCINI di dirikan oleh Rico Yudhi Asmoro pada tahun 1997. Dimulai dari garasi rumah dengan 5 karyawan yang membuat asesoris-asesois kulit seperti dompet, gantungan kunci, tempat pensil, dan asesoris kecil lainnya.

Saat ini promosi BUCINI di lakukan secara offline di showroom dari mulut ke mulut, sedangkan promosi online melalui media sosial instagram facebook, dan website. Media social dan website yang digunakan BUCINI untuk memposting produk yang berupa foto. Jika promosi hanya menggunakan foto masih kurang karena tidak bisa menjelaskan semua keunggulan dari produk BUCINI tersebut. Maka dari itu penulis memiliki sebuah ide untuk membuat video profile sebagai media promosi.

Diharapkan dari video tersebut dapat mencakup visual, suara dan animasi dapat menjelaskan unsur-unsur penting seperti proses dan prosedur pembuatan sebuah produk BUCINI, yang tidak bisa di jelaskan dengan brosur maupun foto. Dengan permasalahan tersebut penulis melihat peluang untuk membuat suatu media pada BUCINI melalui sebuah video yang menerapkan teknik liveshoot dan motion graphic untuk menampilkan sejarah, keistimewaan, produk BUCINI dan memberikan kesan yang menarik pada video. Dari video tersebut penulis memberikan segmentasi penonton pada usia dewasa.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, permasalahan yang dapat dirumuskan suatu masalah adalah “*Bagaimana membuat video profil sebagai media promosi BUCINI dengan penggabungan metode liveness dan motion graphic?*”

## 1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan yang tercakup tidak berkembang terlalu jauh atau menyimpang terlalu jauh dari tujuannya, maka penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di BUCINI dengan membuat video company profile menggunakan teknik *liveness* dan *motion graphic*.
2. Informasi yang disampaikan mencakup produk, latar belakang, dan proses pembuatan produk BUCINI.
3. Hasil implementasi video infographic sebagai media promosi menggunakan teknik motion graphic dan teknik live shoot ini akan berbentuk video dan berdurasi ± 2 menit.
4. Target materi pengujian adalah faktor informasi yang ditampilkan.
5. Hasil video promosi akan diserahkan kepada BUCINI dan dikelola sendiri oleh pihak BUCINI.
6. Target penayangan Video Company profile BUCINI pada media-media online terutama youtube.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Memenuhi persyaratan untuk menuntaskan pendidikan program sarjana Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Mengembangkan dan menambah pengalaman tentang pembuatan video dengan teknik *liveshoot* dan *motiongraphic* menjadi sebuah profile perusahaan.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk mahasiswa lainnya.
2. Asset dalam penelitian ini dapat digunakan kembali pada proyek lainnya.

#### 1.6 Metode Penelitian

##### Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu Metode Observasi, Metode Wawancara, Metode Studi Pustaka, Metode Perancangan, Metode Pengembangan, Metode Evaluasi.

##### 1.6.2 Metode Observasi

Penulis mencari bahan yang dibutuhkan dan berkaitan dengan penelitian ini, yang dilakukan secara langsung ke kantor BUCINI oleh penulis untuk mendapatkan data yang spesifik.

##### 1.6.1 Metode Wawancara

Penulis bertemu dan bertanya kepada pengelola BUCINI guna mengumpulkan informasi tentang bagaimana sejarah dan proses pemasaran yang

dilakukan sehingga penulis mendapatkan ide untuk membuat video company profile sebagai media promosi.

#### **1.6.1.3 Metode Studi Pustaka**

Metode Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi.

#### **1.6.1.4 Metode Perancangan**

Metode perancangan meliputi :

1. PraProduksi (Ide cerita, Tema, Rancangan Storyboard).
2. Produksi (Pengambilan Gambar, Pengumpulan Aset, Animating),
3. PascaProduksi (Editing, Finishing).

#### **1.6.1.5 Metode Evaluasi**

Pada tahapan evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik livenesshoot dan motion graphic yang diterapkan pada video company profile BUCINI sehingga visualisasi data yang disampaikan dapat dengan mudah dimengerti audiens.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dari penulisan skripsi agar lebih mudah dipahami, maka penulisan laporan ini disusun secara urut dalam 5 bab, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

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

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori yang ada di bab berikut ini berisikan beberapa teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu dasar dari teori multimedia yang berhubungan dengan pembuatan video company profile, elemen-elemen yang dibutuhkan.

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

Pada bab ini menjelaskan analisis yang digunakan ide cerita, storyboard, tema pada implementasi teknik *live show* dan *motion graphic*

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

Pada bab ini menjelaskan tentang video company profile yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan dan pembahasan dari bab-bab sebelumnya.

### **Daftar Pustaka**

Berisi referensi-referensi yang telah dipakai sebagai acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis maupun secara teoritis.