

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis *fashion* sangat membutuhkan sekali media promosi untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau masyarakat luas. Dalam bisnis ini pasti ada sebuah persaingan dengan pengusaha lain, untuk itu salah satu cara agar unggul dalam persaingan adalah dengan menggunakan *multimedia* sebagai media untuk menyampaikan informasi. *Multimedia* merupakan gabungan dari banyak media seperti suara, gambar, tulisan, video dan animasi, sehingga informasi mengenai perusahaan dapat tersampaikan dengan baik. Informasi disebarluaskan melalui banyak cara, salah satunya dalam bentuk *video*. Pada bidang publikasi khususnya, video promosi menjadi salah satu media pendukung dalam penyampaian informasi. Di tambah lagi dengan teknik *parallax* pada sebuah video, hal ini dapat membuat objek utama pada video promosi menjadi lebih terlihat detail dan informasi tersampaikan secara efektif.

Parallax adalah perubahan posisi sudut pandang yang bisa dirasakan oleh pengamat ketika melihat sebuah objek dan latar belakang (*background*) saat berpindah posisi atau berjalan. Fenomena ini juga bisa di rasakan ketika berpergian menggunakan kereta, dari jendela bisa disaksikan objek yang posisinya ada di kejauhan terlihat bergerak lebih lambat dari pada objek yang jaraknya cukup dekat dari penglihatan. Oleh karena itu, efek visual *parallax* juga bisa diterapkan pada penyajian sebuah video promosi untuk menampilkan objek utama atau produk utama dengan efek visual yang menarik. Sederhananya, produk yang akan

ditampilkan akan menjadi objek utama dari efek visual *parallax* ini, dan tema latar belakang (*background*) juga menyesuaikan dengan tema produk.

Folken merupakan salah satu merek pakaian dengan tema *Dark* dan *Gothic*. Tema ini diangkat berdasarkan pasar dan kalangannya yang berasal dari komunitas musik *blackmetal*. Produk pakaian dari Folken itu sendiri terdapat gambar yang desainnya sangat menarik dan pembuatan gambarnya juga digambar secara manual oleh seorang ilustrator, hal ini sangat mendukung sekali untuk menampilkan produk dan desainnya secara detail.

Berdasarkan alasan tersebut, penulis ingin memanfaatkan media informasi yang berfungsi sebagai media publikasi profil dan katalog dari merek pakaian produk Folken, sehingga tercipta daya saing sebagai merek pakaian yang berkelas dan berkualitas. Untuk itu, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Teknik *Parallax* dalam Pembuatan Video Promosi pada Produk Folken”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana merancang sebuah video promosi dengan efek visual *parallax* pada produk Folken dengan memanfaatkan informasi yang telah tersedia.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis membatasi masalah dari penelitian ini, diantaranya:

1. Video promosi ini menggunakan penggabungan teknik *live shot* dan efek visual *parallax*.

2. Objek penelitian video promosi ini adalah produk pakaian dari Folken.
3. Informasi yang disajikan dalam video promosi ini berupa profil dan katalog produk Folken.
4. Target durasi maksimal 3 menit.
5. Dikemas dalam format file .mp4 dengan kualitas Full HD 1080p.
6. Target penayangan pada media online Youtube.
7. Tahap penelitian berakhir ketika video diserahkan ke pihak Folken.
8. Perangkat lunak yang digunakan dalam membuat video ini adalah Windows 10, Adobe Premiere, Adobe After Effect dan Adobe Photoshop.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai media promosi dan informasi mengenai produk Folken.
2. Memperkenalkan merek pakaian Folken pada masyarakat luas melalui media video promosi.
3. Sebagai sarana publikasi dan promosi tambahan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak Folken.
4. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana S1 Informatika pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti

Menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan multimedia dengan menggunakan aplikasi multimedia seperti Adobe Premiere dan Adobe After Effects.

2. Bagi Masyarakat

Diharapkan masyarakat dan calon konsumen dapat mengenal dan mengetahui informasi tentang merek pakaian Folken.

3. Bagi Folken

Dapat membantu pihak Folken dalam mempromosikan dan mempresentasikan profil dan katalog produknya kepada calon konsumen ataupun kepada masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan oleh penulis dengan melakukan pengamatan langsung ke lokasi pemilik Folken untuk memperoleh data yang diperlukan untuk menulis penelitian.

2. Metode Wawancara

Melakukan tanya jawab secara langsung dengan Roy Oktavianata. H selaku Owner di Folken untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang Folken.

3. Metode Studi Pustaka

Pengambilan referensi materi dan data-data sebagai dasar teori pembuatan video di dapat dari buku-buku maupun di internet.

1.6.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan peneliti untuk menguraikan permasalahan yang terdapat pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah *video editing yang berjalan*, analisis hasil solusinya, analisis kebutuhan *video*, dan analisis kelayakan *video* atau disebut dengan metode analisis SWOT.

1.6.3 Metode Evaluasi

Setelah pembuatan *video promosi* selesai diproduksi, penulis akan mengevaluasi hasil video tersebut ke pihak Folken, proses ini merupakan tahap akhir sebelum pihak Folken menyetujui dan menerima penerapan *video promosi* tersebut.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun sistematis yang terdiri dari lima dan masing-masing bab diuraikan 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 TORI

Bab ini berisi penjelasan tentang penelitian-penelitian yang berhubungan dengan pembuatan video promosi dengan teknik *parallax*.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang profil umum Folken, analisis, dan tahap persiapan untuk membuat video promosi dari pra produksi, pembuatan storyboard, dan naskah.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang proses penerapan teknik-teknik yang akan dipakai untuk membuat video promosi dengan menggunakan beberapa software yang telah ditentukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari proses pembuatan video promosi Folken dan berisi saran perbaikan untuk kedepannya.