

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

UP Media merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa di kota Yogyakarta tepatnya di daerah Umbulharjo. Dibentuk oleh Sri Widya Supena pada awal tahun 2017, dengan slogan “Personal Branding is not Narcissism” perusahaan ini dibentuk dengan menyediakan jasa berupa personal branding. UP Media kurang memaksimalkan fungsi dalam penggunaan berbagai media sebagai sarana promosi profil perusahaan. Meskipun perusahaan ini memiliki sarana promosi berupa brosur dan website. Sarana promosi tersebut kurang begitu menarik di mata calon-calon mitra untuk bisa memahami profil UP Media itu sendiri.

Video profil perusahaan merupakan sarana yang tepat untuk menyampaikan suatu informasi sesuai dengan visi, misi, dan value. Video profil perusahaan atau company profile (Rachmat Kriyantono, 2008) adalah produk tulisan praktisi PR yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam.[1] Bahkan ada perusahaan yang memilih membuat company profile berdasarkan kepentingan publik sasaran. Ada *company profile* yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang mempunyai bidang usaha luas dan publik yang berbeda-beda.

Penggunaan video animasi *motion graphic* yang bisa mengandalkan percabangan dari seni desain grafis yang merupakan penggabungan dari, ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi dengan teknik animasi, dengan poin-poin yang ingin disampaikan dapat digunakan untuk memperkenalkan profil UP Media. Digunakannya teknik *motion graphic* ini karena visual yang ditampilkan lebih mudah dicerna oleh siapapun yang melihatnya. *Motion graphic* memiliki daya pikat yang menarik perhatian serta berguna dan memungkinkan pemirsa memetik makna dari visual yang ditampilkan sehingga pemirsa akan disuguhkan pengalaman visual yang menyenangkan. Yang diharapkan dengan video iklan ini dapat meningkatkan minat calon mitra untuk menggunakan jasa dari UP Media Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, penulis ingin merancang dan membuat video profil perusahaan dengan judul **“Perancangan dan Pembuatan Animasi Motion Graphic pada Video Profil Perusahaan UP Media”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diuraikan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana merancang dan membuat video profil perusahaan dengan animasi *motion graphic* yang sesuai dengan karakter UP Media?

1.3 Batasan Masalah

Agar penyusunan skripsi tidak keluar dari pokok permasalahan dan dapat terfokus untuk mengatasi permasalahan diatas, maka batasan masalah yang dilampirkan sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di UP Media – Yogyakarta.
2. Video profil perusahaan UP Media berdurasi 60 detik.
3. Teknik yang digunakan menggunakan Animasi Motion Graphic 2D.
4. Informasi yang disampaikan mencakup pelayanan dan jasa di UP Media – Yogyakarta.
5. Kualitas video profil perusahaan yang dihasilkan adalah 1920 x 1080 px (HDTV 1080 frame rate 60 fps) dengan ratio 16:9, video size dengan type data (.mp4).
6. Video profil perusahaan akan diserahkan pada pihak UP Media – Yogyakarta.
7. Untuk publikasi akan diserahkan sepenuhnya pada pihak UP Media – Yogyakarta.
8. Pembuatan narasi/naskah akan bekerja sama dengan pihak UP Media – Yogyakarta.
9. Software editing menggunakan Adobe After Effect, Adobe Audition, Corel Draw, Operating System menggunakan Windows 10.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini secara garis besar adalah:

1. Merancang dan membuat video profil perusahaan dengan animasi *motion graphic* yang sesuai dengan karakter UP Media.
2. Mengimplementasikan teknik animasi *motion graphic* pada perancangan dan pembuatan video profil perusahaan UP Media.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana S1 Teknik Informatika pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat bagi penulis

1. Dapat memperdalam ilmu tentang perancangan dan pembuatan *motion graphic* khususnya untuk video profil perusahaan.
2. Mengetahui dan menguasai tools-tools yang digunakan pada proses pembuatan video iklan pada CorelDraw, Adobe After Effect, dan Adobe Audition.
3. Menambah pengalaman tentang bekerja sama dengan suatu perusahaan.
4. Menghasilkan output karya yang nantinya bisa digunakan untuk melengkapi portofolio kerja.

1.5.2 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

1. Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa berupa penelitian skripsi yang membahas tentang *motion graphic*.
2. Referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi bagi orang lain yang mencari pembahasan tentang *motion graphic*.

1.5.3 Manfaat bagi perusahaan

1. Sebagai konten untuk video profil perusahaan pada UP Media.

1.6 Metodologi Penelitian

Dalam pengumpulan data dan informasi untuk memecahkan permasalahan yang ada, penulis menggunakan beberapa metode antara lain :

1.6.1 Metode pengumpulan data

1. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan kegiatan observasi video – video animasi *motion graphic*, dengan tujuan memperoleh referensi yang akan bermanfaat dalam penelitian.

2. Metode Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan berpedoman pada buku dan referensi dari berbagai sumber, seperti internet atau perpustakaan yang berhubungan dengan dengan skripsi penulis.

1.6.2 Metode analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, analisis SWOT pada UP Media.

1.6.3 Metode pengembangan

Metode pengembangan multimedia terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut :

1. Merancang Konsep

Merancang konsep iklan untuk menentukan pesan secara keseluruhan dan menentukan alur dari iklan yang akan dibuat.

2. Merancang Isi Video Motion Graphic

Merancang isi video bertujuan agar video profil perusahaan memberikan pesan yang bisa menjadi daya tarik kepada calon mitra, menunjukkan keunggulan dari perusahaan.

3. Merancang Storyboard

Sebelum memulai proses produksi video motion graphic diperlukan merancang storyboard terlebih dahulu. Storyboard adalah serangkaian gambar sketsa yang menggambarkan urutan atau alur dari sebuah cerita.

4. Memproduksi Video *Motion Graphic*

Pada tahap ini adalah implementasi dari tahap-tahap yang sebelumnya. Dalam pembuatan video motion grafis, ada proses-proses penting yang harus diperhatikan yaitu pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan skripsi ini, penulis menjabarkan skripsi ini menjadi lima bab, masing-masing diuraikan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi mengenai definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian serta data yang dipergunakan untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapi, berkaitan dengan kegiatan penelitian. Menjelaskan tentang analisis perancangan video profil perusahaan, mulai dari pembuatan naskah serta tahapan pra produksi, seperti pembuatan ide cerita dan story board yang digunakan dalam video profil perusahaan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang paparan implementasi dan analisis hasil uji coba dari rancangan yang telah dibuat, berupa penjelasan perencanaan video profil perusahaan yang dibuat, serta proses rendering yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran atau kritik terhadap peneliti guna menghasilkan karya yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat semua pustaka yang dijadikan acuan dalam penulisan skripsi dari semua sumber yang dikutip. Penyusunan diurutkan secara alfabetis berdasarkan nama penulis tanpa gelar kesarjanaan.