

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Company profile merupakan salah satu jenis media promosi yang sangat penting bagi perusahaan karena melalui company profile suatu perusahaan mampu memperkenalkan diri kepada calon relasi atau konsumen. Dengan begitu, calon konsumen bisa mengerti tentang profil suatu perusahaan. Banyak sekali company profile yang dibuat dalam bentuk yang kreatif sehingga tidak membuat bosan para penontonnya. Selain itu, banyak company profile dalam bentuk video.

Saat ini media promosi tidak hanya melalui media cetak saja, namun sudah banyak sekali media promosi yang menggunakan media berupa video. Video dapat digunakan sebagai media promosi atau periklanan, contohnya video blog, film, media dalam presentasi, dan lain sebagainya. Penggabungan teknik *Live shoot* dan *Motion graphic* dalam sebuah video juga sangat menarik karena dapat memvisualisasikan sesuatu dengan lebih jelas dan mudah dipahami.

DistroFort Larantuka merupakan sebuah toko baju yang berlokasi di Ruko Lebao, Puken Tobi Wangin Bao, Kec. Larantuka, Kabupaten Flores Timur, Nusa Tenggara Timur. DistroFort Larantuka ini sendiri memberikan kesan yang berbeda dari toko baju lainnya yang ada disini, dimana orang-orang dapat melihat dan membeli pakaian yang sesuai dengan keinginannya. DistroFort Larantuka juga menawarkan produk fashion yang lengkap dan fasilitas yang dapat memuaskan pelanggan..

Dalam melakukan promosinya DistroFort Larantuka hanya promosi melalui mulut kemulut, dan memposting foto menggunakan media sosial Instagram. Promosi ini sudah berjalan cukup baik namun ada beberapa keunggulan dari distro yang tidak dapat ditampilkan melalui sebuah foto dan juga belum dapat menginformasikan secara detail fasilitas dan suasana yang ditawarkan. Sehingga DistroFort Larantuka membutuhkan sebuah video untuk menginformasikan atau mengilustrasikan tentang konsep, menu yang ditawarkan dan pengolahannya,

fasilitas, dan juga informasi tentang interior dan eksterior, menggunakan teknik *Live shoot* yang dikombinasikan dengan teknik *Motion graphic*. Penggunaan dari kedua teknik tersebut sendiri bertujuan agar dapat menjelaskan konsep dan juga informasi tentang DistroFort Larantuka agar lebih mudah dipahami dan menarik minat pelanggan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul "Pembuatan Iklan DistroFort Larantuka Sebagai Media Promosi dan Informasi". Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi secara mendetail dan jelas, sehingga masyarakat dapat mengenal DistroFort Larantuka lebih dalam dan luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis merumuskan masalah "*Bagaimana merancang dan membuat video iklan DistroFort Larantuka sebagai media promosi dan informasi ?*".

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut perlu beberapa batasan masalah agar memudahkan dalam penelitian serta membatasi pekerjaan yang akan diselesaikan guna menghindari adanya kegiatan diluar tujuan yang akan dicapai dalam penelitian, maka dari itu dibutuhkan beberapa batasan masalah yang dimaksudkan agar pembahasan tidak melebar dan menyimpang dalam penyelesaian nantinya. Batasan masalah tersebut meliputi:

1. Objek penulisan dilakukan pada DistroFort Larantuka.
2. Video iklan DistroFort Larantuka digunakan sebagai media periklanan, promosi, informasi, presentasi, dan hal lain yang berhubungan dengan DistroFort Larantuka. Pada pembuatan video iklan ini hanya berfokus pada penerapan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
3. Pembuatan video iklan ini akan di uji coba kepada pihak DistroFort Larantuka apakah materi yang disampaikan sudah sesuai atau belum.
4. Video iklan akan diunggah disosial media Instagram DistroFort Larantuka dikarenakan kemudahan akses dan penyebarannya.

5. Video iklan ini berdurasi 1 menit.
6. Informasi yang disampaikan pada video iklan hanya mencakup pakaian seperti baju dan celana, serta fasilitas lain yang ada pada DistroFort Larantuka.
7. Penerapan video iklan akan melalui tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
8. Software yang digunakan untuk membuat video iklan ini adalah Adobe Premiere CC 2023, Adobe After Effects CC 2023, Adobe Media Encoder CC 2022.
9. Video iklan ini dikemas menggunakan format file .mp4 dengan kualitas Full HD 1080p resolusi 1920x1080p 50FPS.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan dan telah diidentifikasi, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

Membuat video iklan pada DistroFort Larantuka sebagai media promosi dan informasi dengan menerapkan teknik *Live shoot* dan *Motion graphic*, sehingga mampu meningkatkan minat pelanggan untuk mengunjunginya.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penulisan tentu harus memiliki sebuah manfaat, baik untuk penulis maupun untuk pihak-pihak yang terkait dengan penulisan. Berikut beberapa manfaat yang diperoleh dari penulisan tersebut:

1.5.1 Manfaat Bagi DistroFort Larantuka

1. Dapat digunakan sebagai media periklanan dan promosi bagi DistroFort Larantuka kepada masyarakat luas.
2. Dapat digunakan sebagai media atau materi presentasi kepada *client* atau relasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pemahaman laporan penelitian ini maka penyusunannya harus terstruktur dan mudah dipahami. Oleh karena itu penulis membagi kedalam beberapa bab sesuai dengan pokok pembahasan masing-masing, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini berisi uraian mengenai masalah yang diangkat dalam penulisan seperti, latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, Bab ini berisi uraian mengenai teori-teori yang berhubungan dengan video atau multimedia . Teori tersebut bersangkutan dengan penulisan yang dilakukan oleh penulis yang bertujuan memberikan penjelasan lebih dalam dari judul yang diangkat.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN, Bab ini berisi mengenai perancangan mengenai video Company Profile DistroFort Larantuka. Perancangan tersebut berisi konsep, desain, dan pengumpulan bahan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, Bab ini berisi tentang pembahasan mengenai produksi video dari tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP, Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari video iklan DistroFort Larantuka yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA, Berisi tentang daftar sumber informasi data dan teori baik dari buku maupun dari internet dengan mencantumkan nama penulis, tahun, penerbit.

LAMPIRAN, Berisi lampiran-lampiran dokumen yang berkaitan dengan penulisan.