

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Promosi adalah upaya yang dilakukan untuk menyebarkan informasi guna mendapatkan konsumen. Promosi sangat penting untuk sebuah perusahaan karena dengan adanya promosi, perusahaan bisa lebih dikenal oleh masyarakat umum, ditambah lagi dengan adanya peran media sosial. Promosi akan jauh lebih cepat untuk sampai ke masyarakat luas. Dari penelitian yang dilakukan di objek penelitian CV. Nazma bahwa perusahaan masih menggunakan cara tradisional di era revolusi industri 4.0 ini, seperti menggunakan kartu nama, proposal dan promosi dari mulut ke mulut (*words of mouth*) untuk menyampaikan informasi perusahaan tersebut ke publik dan belum memanfaatkan teknologi yang ada saat ini.

CV. NaZMa adalah perusahaan yang bergerak di bidang Pengadaan Barang dan Jasa (Konsultan) yang beralamatkan di Pogung Kidul, Sinduadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55284. NaZMa Office telah memiliki pengalaman kurang lebih sekitar 12 tahun dalam bidang Konsultan IT dan Konsultan Manajemen. Dalam mempromosikan perusahaan, CV. Nazma mengharapkan sebuah produk profile video sebagai media promosi yang *creative* dan *innovative* untuk dapat bersaing dengan kompetitornya.

Untuk memenuhi harapan CV Nazma, pembuatan video profile Gerbangmas ini memanfaatkan teknik *Live Shoot*, *Motion Graphic*, *3D Camera* dan *Tracking* untuk menghasilkan video yang lebih *creative* dan *innovative*. Dengan menggunakan teknik *Motion Graphic* diharapkan bisa lebih menghidupkan video serta mengurangi rasa bosan dari video yang terlalu monoton. Maka penulis membantu perusahaan untuk membuat project video **“Video Profile Gerbangmas dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot*, *Motion Graphic*, *3D Camera* dan *Tracking* sebagai Media Promosi”**.

## 1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Menghasilkan produk video profile yang *creative* dan *innovative* yang mampu mencapai masyarakat publik.
- b. Membantu CV NaZMa untuk bersaing dengan competitor.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan “Bagaimana membuat produk video profile yang *creative* dan *innovative* sebagai media promosi perusahaan CV Nazma?”

## 1.4 Batasan Masalah

Untuk mempersempit pembahasan pada tugas akhir ini, maka dibuat batasan-batasan sebagai berikut:

- a. Video dibuat dengan menggunakan aplikasi Adobe Premiere, After Effect, Photoshop, Adobe Illustrator dan Corel Draw.
- b. Teknik animasi 2 Dimensi menggunakan *Motion Graphic*.
- c. Penelitian hanya mencakup analisis, perancangan, dan pembuatan video.
- d. Penelitian dilakukan di CV Nazma.
- e. Implementasi video ini diunggah pada platform media social YouTube dan Instagram.

## 1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis  
Menerapkan ilmu yang diperoleh selama belajar di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia.
2. Bagi Mahasiswa  
Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta dalam studi penelitian.
3. Bagi CV. NaZMa

Dapat membantu dalam mempromosikan perusahaan kepada masyarakat melalui produk perusahaan pada media sosial.

4. Bagi Masyarakat Luas

Dapat memberikan informasi tentang produk dan CV. NaZMa

## **1.6 Metode penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

1. Wawancara

Metode ini digunakan untuk Tanya jawab dalam pembuatan produk video profile pihak terkait pada inovasi Gerbangmas guna mendapat informasi yang dibutuhkan.

2. Observasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data secara terjun langsung ke tempat penelitian dan pembuatan video profile Gerbangmas tersebut.

3. Literatur

Metode ini digunakan untuk pengumpulan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan refrensi dan panduan lain untuk melakukan perancangan video promosi.

### **1.6.2 Metode Perancangan**

Metode perancangan dalam pembuatan video promosi CV NaZMa ini adalah perancangan yang terdiri dari Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan laporan Tugas Akhir ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

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

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka dan teori-teori yang digunakan dalam pembuatan video promosi ini.

### **BAB III TINJAUAN UMUM**

Pada bab ini berisi profil singkat CV. NaZMa, pembahasan mengenai pengumpulan data yang dibutuhkan.

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

Bab yang membahas proses pembuatan video promosi dari hasil analisis yang telah dibahas, yaitu tahap pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang bersifat konstruktif yang dapat digunakan sebagai bahan peninjauan selanjutnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang sumber-sumber ataupun buku-buku yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan Tugas Akhir.