

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyaknya media sosial yang digunakan masyarakat untuk memperkenalkan perusahaan / *company profile* yang semakin digunakan banyak orang. Cara beriklan pun tak luput dari pengaruh perkembangan teknologi. Dengan berkembangnya dunia digital seperti internet dan sosial media, sehingga sangat mudah bagi suatu instansi untuk mengenalkan barang maupun jasa mereka untuk ditawarkan. Dengan kemudahan tersebut maka hanya dengan sekali mengunggah di media sosial maka produk bisnis mereka akan langsung diketahui oleh banyak orang. Kumpulan data-data perusahaan yang perlu diketahui oleh khalayak umum seperti jenis bisnis, pelayanan, alur cara pembuatan, dan produk yang ditawarkan, dikemas dalam satu media yaitu *company profile*. *Company Profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu *image* atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga, dan instansi terkait lainnya. [1]

Video promosi terhadap *company profile* dapat dilakukan untuk meningkatkan strategi pemasaran produk, yang berfokus untuk mengembangkan video penjelasan terbaik pada masyarakat dengan cara yang efektif. Video *company profile* juga dapat menjelaskan gagasan atau konsep yang kompleks sehingga dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat. Dalam penyampaian dan penayangan video informasi bisa dilakukan dengan berbagai cara dalam media seperti *youtube*, dan media sosial lainnya. Media sosial merupakan cara yang efektif untuk menyebarkan informasi karena selain sebagai gudang informasi, berita, serta ilmu pengetahuan juga karena telah banyak dikenal oleh berbagai kalangan masyarakat dari berbagai tingkatan sehingga informasi lebih mudah tersampaikan kepada masyarakat. [2]

Motion graphic atau grafis gerak adalah elemen desain grafis animasi yang menjadi populer di dunia marketing saat ini. Video *motion graphic* menggunakan kombinasi gambar, animasi, teks, ilustrasi, data, dan audio untuk menyajikan

informasi dengan cara yang menghibur. Video *motion graphic* dapat digunakan untuk menjelaskan konsep, gagasan, ide, dan proses dalam waktu singkat. Video *motion graphic* juga dapat membangun atau memperkuat merek suatu perusahaan. [3]

Berdasarkan observasi yang dilakukan, PT Agatama Putra menggunakan *booklet* sebagai media informasi tentang gambaran umum perusahaan, sehingga informasi yang diberikan belum maksimal, untuk itu PT Agatama putra membutuhkan media tambahan seperti video. Untuk memaksimalkan informasi PT Agatama Putra maka akan dibuat video *company profile* dengan teknik *motion graphic* sehingga dapat membantu memperkenalkan PT Agatama Putra kepada konsumen atau calon konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "Bagaimana membuat video *company profile* menggunakan teknik *motion graphic* pada PT Agatama Putra di bagian properti?".

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan video *company profile* ini menggunakan teknik *motion graphic*.
2. Materi yang akan ditampilkan dalam video *company profile* ini yaitu sejarah perusahaan, alamat kantor, prinsip perusahaan, produk atau jasa perusahaan, portofolio, kontak informasi.
3. Karena durasi video tidak dapat ditentukan secara pasti maka durasi video yang dihasilkan 2 menit 10 detik.
4. Video *company profile* dibuat untuk menampilkan informasi tentang PT Agatama Putra.
5. Pembuatan video *company profile* menggunakan software *Adobe After Effect*, *Adobe Illustrator*, *Adobe Audition*, dan *Adobe Premiere Pro*.
6. Hasil video *company profile* akan diunggah pada halaman *Youtube* PT Agatama Putra.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat bagi peneliti maupun objek penelitian, seperti:

1. Maksud dari penelitian ini adalah dalam rangka memenuhi syarat kelulusan pada program sarjana program studi Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Penelitian ini bertujuan untuk memperkenalkan PT Agatama Putra sebagai jasa perusahaan di bidang properti melalui video *company profile* berbasis motion graphic kepada masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan minat masyarakat yang ingin menggunakan jasa properti di PT Agatama Putra.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sarana media informasi bagi PT Agatama Putra.
3. Memberikan informasi yang menarik dan kreatif kepada masyarakat tentang PT Agatama Putra.

1.6 Metode Penelitian

Metodologi penelitian dalam pembuatan video *company profile* sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Wawancara

Metode pengumpulan data dengan pihak pemilik usaha, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.6.1.2 Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam melakukan penelitian.

1.6.1.3 Studi Literatur

Metode pengumpulan data dengan menggunakan literatur yang bisa dipakai, seperti memanfaatkan fasilitas internet, yaitu dengan mengunjungi *youtube* yang berhubungan dengan pembuatan video *company profile* dan teknik-teknik *motion graphic* lainnya.

1.6.1.4 Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari berbagai buku referensi yang berkaitan dengan penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan serta kesempatan eksternal dalam tantangan yang dihadapi.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama yaitu tahapan pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video *company profile* meliputi: penentuan ide cerita, pembuatan naskah, dan pembuatan *storyboard*.

1.6.4 Metode Pengembangan

Menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan kedua yaitu tahapan produksi yang meliputi perancangan elemen *motion graphic*, perekaman suara, dan pembuatan animasi *motion graphic*. Setelah itu, tahapan selanjutnya tahapan ketiga yaitu tahapan pasca produksi yang meliputi melakukan *compositing*, hingga tahap *rendering*.

1.6.5 Metode Implementasi

Setelah perancangan dan pengembangan video selesai dibuat, proses selanjutnya yaitu mengunggah video *company profile* pada halaman *youtube* PT Agatama Putra.

1.6.6 Evaluasi

Dalam penelitian ini diperlukan pengolahan data kuesioner untuk mengetahui dan menguji keberhasilan pembuatan media pengenalan identitas perusahaan. Untuk mendapat hasil yang lebih valid, penulis menyertakan pertanyaan kuisisioner melalui media google form menggunakan metode sample random sebagai skala pengukurannya.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dimengerti dalam penyajian laporan penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

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

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai kumpulan teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi.

3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan, termasuk analisis kebutuhan dan uraian tentang proses perancangan video *company profile* pada PT Agatama Putra.

4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan video *company profile* pada PT Agatama Putra.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi ini.