

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Company Profile merupakan gambaran atau tanda pengenal pada perusahaan yang menjelaskan tentang berbagai produk-produk atau jasa yang mereka miliki secara verbal dan grafik, baik berupa informasi tentang keunggulan dan nilai produk dan jasa yang dimiliki maupun gambaran tentang berbagai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. [1]

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen, yang kemudian konsumen dapat menjadi senang lalu akan menggunakan produk tersebut.[2]

Sedangkan menurut Fitri Marini, promosi merupakan teknik komunikasi yang secara penggunaannya atau penyampaiannya dengan menggunakan media seperti, pers, televisi, radio, papan nama, poster dan lain sebagainya yang bertujuan untuk menjembatani produsen dan konsumennya.[3]

menurut Kotler & Armstrong, promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi[4]

Maimo Clothing merupakan konveksi yang berdiri pada tahun 2013 yang berada di Jl. Angga Jaya Kompleks Taman Kuliner Kav.33 Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta, sayangnya konveksi maimo clothing belum banyak diketahui oleh banyak masyarakat. Saat ini konveksi maimo clothing melakukan promosi melalui media sosial. Jika promosi dilakukan dengan foto saja masih kurang untuk menjelaskan produk-produk yang ada di konveksi maimo clothing.

Dari permasalahan diatas penulis melihat peluang menciptakan suatu media promosi pada perusahaan konveksi maimo clothing melalui sebuah video dengan menerapkan teknik *Motion Graphic*, yang dimana untuk menampilkan produk-produk dan bahan pada konveksi Maimo Clothing yang nantinya pada video Company Profile tersebut akan dipublikasikan di akun Instagram.

Pembuatan media informasi menggunakan teknik *Motion Graphics* atau motion grafis merupakan istilah yang sering digunakan dalam menggambarkan berbagai solusi desain grafis profesional untuk menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk sebuah film periklanan, televisi dan internet. Pada penerapannya *Motion Graphics* atau motion grafis hampir mirip dengan animasi, yaitu dengan mengubah objek-objek posisinya, rotasinya, skalanya, anchor pointnya dan sebagainya. Yang membedakan motion grafis dan animasi adalah penyampaian pesan/cerita melalui gerakannya. Jika motion grafis seringkali menyampaikan pesan melalui simbol atau gambar saja, dengan animasi menyampaikan pesan/cerita dengan detail melalui gerakan tertentu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana membuat video promosi *Company Profile* maimo clothing menggunakan teknik *Motion Graphic* ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Video *Company Profile* Maimo Clothing dibuat dengan durasi 30 detik
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan adalah *Motion Graphic*
3. Hasil video *Company Profile* diserahkan kepada pihak Maimo Clothing dan dikelola sendiri oleh pihak Maimo Clothing
4. Software yang digunakan adalah After Effect CS6, Adobe Premiere Pro CS6, Photoshop CS6. Render dengan ukuran 1920x1080 pixel, dengan format Mp4

1.4 Tujuan Penelitian

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma 3 jurusan Manajemen Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Dapat mengetahui unsur-unsur pembentukan multimedia, terutama dalam teknik editing dengan baik dan benar.

1.5 Lingkup Penelitian

Lingkup perancangan menyakup beberapa hal, antara lain:

1. Perancangan ini dibatasi pada perancangan promosi video Maimo Clothing melalui sosial media dan media pendukung lainnya.
2. Perancangan ini akan diselenggarakan di Indonesia. Target pasar adalah Perusahaan, sekolah, kampus dan masyarakat

1.6 Metode Penelitian

Menurut Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd (2017) dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan Metode-metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengumpulan data adalah Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Untuk mendapat data yang relevan, maka diperlukan metode yang efektif dalam pembuatan video ini. Dengan penyusunan Tugas Akhir ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :[5]

1.6.1 Metode Observasi

Pengamatan secara langsung mengenai Maimo Clothing yang akan di promosikan di media iklan serta data tentang Maimo Clothing. Mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati untuk mendapatkan data yang akurat, maka dari itu penulis melakukan observasi baik melalui account sosmed yang dimiliki Maimo Clothing yaitu instagram juga secara langsung mendatangi toko Maimo Clothing.

1.6.2 Metode Wawancara

Melalui metode ini penulis dapat memperoleh penjelasan dan pengarahan secara langsung dengan pihak terkait, untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Wawancara langsung dilakukan kepada pemilik Maimo Clothing sendiri yaitu Rasfin

Adi Saputra juga selaku pendiri Maimo Clothing agar di dapatkan informasi yang akurat tentang Mailmo Clothing itu sendiri.

1.6.3 Metode Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengkajian beberapa sumber referensi tertulis, antara lain, buku-buku yang relevan ,dan sumber-sumber internet, untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam pembuatan video periklanan yang akan di buat.

1.6.4 Metode Perancangan

Metode Perancangan Menurut Suyanto (2004) dalam bukunya yang berjudul Analisis & Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran. Metode perancangan penulis lakukan adalah berikut[6]:

1. Pra-Produksi

Pra-produksi adalah tahap semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum multimedia komersial diproduksi secara nyata. Perencanaan secara baik sebelum diproduksi dapat menghemat biaya yang dikeluarkan pemesan multimedia komersial. Hal inilah manfaat utama tahap pra-produksi.

2. Produksi

Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini syuting dilakukan, suara direkam, pencahayaan diatur dan kamera dipilih.

3. Pasca-Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca Produksi tersebut meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi, penggandaan, dan penyerahan atau penyiaran.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, lingkup penelitian, dan metode penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan menguraikan tentang pengertian, dari company profile, system periklanan dan pengenalan software yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang sejarah sejarah singkat, visi dan misi, serta data data yang diperoleh dari konveksi Maimo Clothing yang di jadikan sebagai penelitian tugas akhir

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai tahapan pembuatan video dan penjelasan hasil-hasil dari tahapan produksi serta pasca produksi

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi penjelasan mengenai kesimpulan dan saran yang diperoleh dari pembahasan pada bab sebelumnya.

