

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi saat ini sangat mendukung pemanfaatan multimedia dalam berbagai aspek kehidupan. Multimedia dapat digunakan sebagai sarana penyampaian informasi, promosi, pembelajaran, dan masih banyak lagi. Dalam konteks promosi, media informasi berfungsi untuk menyampaikan atau mengenalkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat, baik melalui media online maupun offline[1].

Multimedia adalah salah satu perkembangan teknologi informasi yang dapat mempermudah dalam memberikan sebuah informasi. Dalam penggunaannya, multimedia dapat membuat suatu gagasan baru dalam menciptakan dinamika kemasan data dan informasi dengan cara yang berbeda, tidak dengan teks biasa tetapi dengan animasi gambar, tulisan/teks, suara, serta video dan audio. Sehingga multimedia merupakan salah satu media penyampaian informasi yang cukup efektif dan menarik secara visualisasi[2].

Company profile adalah sebuah media yang diciptakan untuk memberikan penjelasan mengenai gambaran umum suatu perusahaan agar masyarakat dapat memahaminya dengan baik. Melalui *company profile*, perusahaan memiliki kesempatan untuk memberikan kesan pertama yang positif tentang bisnis yang mereka jalankan, serta produk dan jasa yang ditawarkan[3].

Museum Tani Jawa Indonesia merupakan museum kecil yang terletak di desa wisata Candran, di Kebon Agung, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Museum Tani Jawa Indonesia ini berdiri pada tahun 2005, dipelopori oleh Kristya Bintara yang pada saat itu menjabat sebagai Lurah di Desa Kebonagung pada tahun 1988[4].

Peneliti menemukan bahwa kurangnya informasi visual yang menarik dan informatif pada media promosi sebelumnya membuat masyarakat umum, khususnya generasi muda, belum mengenal secara menyeluruh mengenai Museum

Tani Jawa Indonesia. Minimnya eksposur tersebut berdampak pada rendahnya tingkat kunjungan serta kurangnya pemahaman mengenai nilai sejarah dan budaya yang dimiliki museum ini. Kondisi ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan Ibu Rahayu Liyantini selaku pengelola museum, yang menyatakan bahwa selama ini pengunjung dari kalangan pelajar datang berkunjung lebih karena adanya tugas atau kewajiban dari sekolah, bukan murni karena ketertarikan dari diri sendiri. Salah satu indikator lainnya adalah data dari platform YouTube, di mana video profil yang pernah diunggah hanya memperoleh sedikit penonton dan tidak mampu menarik perhatian publik secara maksimal.

Untuk menumbuhkan minat dan ketertarikan pribadi masyarakat tersebut, penggabungan teknik *live shoot* dan *motion graphics* dipilih sebagai solusi visual yang tepat. Penggunaan teknik *live shoot* bertujuan untuk menampilkan kondisi Museum Tani Jawa Indonesia secara nyata dan autentik. Pendekatan ini tidak hanya memperlihatkan wujud asli koleksi alat pertanian secara mendetail, tetapi juga mampu menangkap suasana lingkungan pedesaan yang asri serta interaksi langsung di lapangan, sehingga dapat membangun ikatan emosional dan kepercayaan audiens terhadap eksistensi museum. Sementara itu, teknik *motion graphics* dalam video ini diaplikasikan secara spesifik pada pembuatan *lower third* (papan informasi nama narasumber), *subtitle* atau teks animasi, serta elemen grafis pada bagian penutup (*ending*) video. Penggunaan elemen grafis pendukung ini bertujuan untuk memperjelas penyampaian pesan yang bersifat informatif agar konten visual yang disajikan menjadi lebih dinamis, komunikatif, dan tidak membosankan. Kombinasi kedua teknik ini mampu menciptakan video yang informatif sekaligus memiliki daya tarik estetika tinggi, sehingga sangat relevan digunakan dalam produksi *company profile* sebagai media promosi. Mengingat belum tersedianya media yang secara khusus menampilkan keunikan Museum Tani Jawa Indonesia secara menyeluruh, karya ini dirancang untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan antusiasme kunjungan masyarakat. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengangkat judul **"PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE MUSEUM TANI JAWA INDONESIA DENGAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHICS"**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan pada penelitian ini adalah bagaimana pembuatan video *company profile* Museum Tani Jawa Indonesia dengan teknik *live shoot* dan *motion graphics*?

1.3 Batasan Masalah

Adapun beberapa batasan masalah pada pembuatan video *company profile* Museum Tani Jawa Indonesia, yaitu:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pembuatan video *company profile* Museum Tani Jawa Indonesia.
2. Teknik yang digunakan dalam video terbatas pada *live shoot* dan *motion graphics*.
3. Video *company profile* berdurasi 3 menit.
4. Video yang di hasilkan berformat .mp4
5. Konten video menampilkan informasi profil, sejarah, aktivitas, dan nilai budaya yang terdapat di Museum Tani Jawa Indonesia.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis untuk melakukan penelitian ini adalah membuat video *company profile* Museum Tani Jawa Indonesia dengan teknik *live shoot* dan *motion graphics* yang memadai sebagai media informasi untuk di upload di platform media sosial Youtube.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai media informasi bagi Museum Tani Jawa Indonesia.
2. Sebagai bentuk pelestarian nilai sejarah dan budaya pertanian Jawa

melalui media digital.

3. Memberikan contoh penerapan multimedia dalam mendukung sektor pariwisata dan edukasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara garis besar penulis menguraikan karya ilmiahnya menjadi 5 bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Berisi kajian teori yang relevan seperti *company profile*, *live shoot*, *motion graphics*, dan sejarah Museum Tani Jawa Indonesia.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan metode yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, dan proses perancangan serta produksi video.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi proses pembuatan video *company profile*, evaluasi hasil video, serta pembahasan terkait efektivitas konten visual.

BAB V: PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian.