

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian semakin cepat seiring dengan munculnya potensi ekonomi baru yang mampu menopang kehidupan perekonomian masyarakat dunia. Seperti diketahui, awalnya, kegiatan perekonomian hanya bertumpu pada perekonomian berbasis sumber daya alam, seperti pertanian. Kini, perekonomian dunia sudah bergeser ke perekonomian berbasis sumber daya manusia, yakni industri dan teknologi informasi. Kemajuan teknologi yang sangat pesat memberikan banyak ruang untuk berekspresi dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Kemajuan teknologi memberikan kesempatan bagi banyak orang untuk mengeksplor lebih jauh kreatifitas mereka, sampai sejauh mana kreatifitas mereka dapat dihasilkan melalui karya-karya.

Indonesia memiliki Regulasi yang dinilai sesuai dengan aturan-aturan dalam Ekonomi Kreatif yaitu UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, UU No. 33 Tahun 2009 tentang Perfilman – mendorong pengembangan industri perfilman, UU No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian – mendorong pengembangan industri kreatif Nasional, UU No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta – memberikan perlindungan kekayaan intelektual bagi karya kreatif, dan UU No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan – Mendorong perdagangan produk berbasis ekonomi kreatif.

Untuk mengembangkan bisnis di dunia kreatif diperlukan studio kreatif, dengan adanya studio kreatif kita dapat mengumpulkan para desainer

untuk bekerja dalam satu tempat agar mudah untuk berbagi informasi dan ide – ide menarik, dapat juga untuk menyimpan karya – karya yang telah di buat, untuk menyimpan berkas data – data, untuk tempat utama agar meningkatkan kualitas kerja dan kenyamanan para desainer. Studio kreatif biasanya tidak lepas dengan konsep desain furnitur yang keren dan futuristik karena itu berfungsi untuk pemotretan atau pengiklanan produk sehingga memudahkan para fotografer mencari background yang mereka inginkan agar meningkatkan kualitas hasil foto. Di Kota Surakarta Perkembangan Studio Kreatif belum banyak, hanya beberapa tempat yang dapat kita temui seperti, PT Media Pangan Kreatif Indonesia, yakni Studio Produksi yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang digital kreatif melalui produk Aplikasi MANGAN, kemudian Studio Grafis Desain PIXIA DESIGN, yaitu Studio Desain Grafis yang melayani jasa dibidang Desain Grafis / Desain Komunikasi Visual dengan Misi memaksimalkan potensi usaha dari para klien, Selanjutnya ada Lokananta merupakan studio rekaman yang dulunya adalah pabrik piringan hitam, dan yang terakhir Ladapedas Creative yang bertempat di jalan Jl. A. Yani No.117, Gilingan, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57126. Studio Ladapedas Creative mempunyai beberapa fitur ruangan seperti ruangan untuk pemotretan, ruangan untuk LO (Liaison officer) dan marketing, Ruangan untuk Desainer, dan Ruangan Meeting yang tentunya ruangan – ruangan tersebut untuk menambah kenyamanan saat kerja atau saat produksi.

LadaPedas Creative adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang industri Buku tahunan dan sebagai satu-satunya agensi album kenangan /

Yearbook sekolah di Solo ingin menunjukkan bahwa industri kreatif ini siap untuk beradu baik secara lokal ataupun nasional. Bermodalkan pengalaman sejak tahun 2010 sudah tidak di ragukan lagi dari segi profesionalitas maupun kualitasnya. Di dukung para pegawainya yang mempunyai skill baik dalam bidang seni dan kreatifitas sehingga hasil yang di suguhkan juga tidak monoton dan selalu beda. Namun setelah dilakukannya wawancara dengan pemilik dari agensi ini ternyata warga Solo yang khususnya pelajar baik SD, SMP, ataupun SMA belum mengetahui keberadaan agensi yang notabene asli Solo tersebut, masih ada dari sebagian yang menggunkan produk dari agensi luar Solo yang tentunya lebih mahal.

Maka Ladapedas Creative butuh media promosi yang menarik untuk menambah kepercayaan konsumen, fungsi media promosi salah satunya yaitu agar dapat memperkenalkan Agensi pada para konsumen, sehingga dengan adanya promosi ini, para konsumen akan mengenal berbagai jenis fitur dan juga manfaat yang terdapat dalam suatu Agensi tersebut. Manfaat promosi salah satunya Agar tahu cara mengenalkan dan menyampaikan produk sehingga sampai ke konsumen. Pada jaman sekarang ada banyak macam media untuk mempromosikan produk, antara lain melalui printing seperti spanduk, Brosur, atau Baner yang ada di pinggiran jalan selain itu dengan melalui Internet atau Media Sosial, dan Televisi seperti Company Profile, Company Profile memiliki peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan yang melakukan business to business karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu manfaat lain dari

Company Profile sebagai sarana presentasi adalah dapat mempersingkat pertemuan sehingga klien tidak perlu bertanya secara detail tentang profil, visi, dan misi perusahaan secara langsung. Company Profile merupakan pencitraan dari profesionalitas sebuah perusahaan yang dapat digunakan sebagai marketing tool yang efektif karena terdapat unsur visual berupa gambar dan teks, terlebih lagi jika ditambahkan unsur multimedia yang lain akan membuat desain Company Profile terlihat lebih menarik dan dapat membuat klien terkesan. Company Profile yang kurang menarik akan menimbulkan ketidakpercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan terutama penyedia jasa.

Maka dari itu diperlukan Company Profile yang interaktif, komunikatif, dan persuasif agar mudah di pahami para konsumen, sehingga ladapedas kreatif dapat mempresentasikan profil perusahaan dengan efisien.

B. Rumusan Masalah

- Bagaimana Konsep video Company Profile Ladapedas Creative untuk mengenalkan kepada konsumen industri buku Tahunan yang mampu bersaing dengan kompetitor buku Tahunan lainnya.
- Bagaimana Merancang Video Company Profile agar konsumen dapat lebih mengenali industri buku Tahunan Ladapedas Creative di Kota Surakarta.

C. Tujuan Perancangan

- Merancang Konsep video Company Profile Ladapedas Creative untuk mengenalkan kepada konsumen industri buku Tahunan yang mampu bersaing di Industri Kreatif
- Merancang Video Company Profile agar konsumen dapat lebih mengenal dan memahami industri Buku Tahunan Ladapedas Creative di Kota Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak diantaranya :

- Bagi Penulis
Dapat dijadikan sebagai portofolio yang kelak bermanfaat di masa mendatang serta menambah pengalaman di bidang perancangan Company Profile. Sehingga bisa mengetahui sejauh mana skill dan keterampilan kita dalam pembuatan TA ini.
- Bagi Perusahaan
Dapat menjadi media promosi berupa profil usaha guna menarik perhatian segmentasi pasar, serta dapat mempromosikan di media sosial agar memperluas pemasaran, sehingga menambah pelanggan terutama di beberapa sekolah yang menjadi konsumen utama perusahaan tersebut.
- Bagi Masyarakat
Khalayak dapat mengenal perusahaan mana yang dapat memenuhi ekspektasi menjadi realita dan dapat mempromosikan perusahaan terkait. Sehingga

masyarakat tidak perlu mendatangi jika hanya ingin mengetahui identitas umum perusahaan tersebut.

E. Tinjauan Pustaka

Secara umum tinjauan pustaka merupakan hal penting dalam melakukan penelitian atau survei, karena dengan melampirkan tinjauan pustakan dapat menegaskan logis penelitian dan juga untuk petunjuk bagi peneliti untuk mengetahui apa yang sesuai dan apa yang tidak sesuai untuk di kaji, sehingga bisa mengetahui sebatas mana peneliti tersebut melakukan penelitian.

Pada Jurnal milik Widjaja, Alexandra Adi yang berjudul “Analisa responden terhadap video Company profile desain komunikasi visual UMN”. Membahas tentang Sebagai sarana promosi dan mengenalkan sebuah perusahaan, video Company Profile sangat dibutuhkan untuk menyampaikan informasi-informasi penting mengenai perusahaan tersebut. Video Company Profile DKV UMN ini dibuat untuk membantu bagian marketing dalam memberikan informasi dan mempromosikan DKV UMN. Untuk mengetahui apakah informasi dalam video Company Profile DKV UMN ini dapat tersampaikan ke penonton dengan baik atau tidak, maka penulis membuat kuesioner mengenai video Company Profile DKV UMN kepada target audience, yaitu remaja. Penelitian ini berisikan mengenai berhasil tidaknya video Company Profile DKV UMN yang telah dibuat oleh kelompok penulis untuk menyampaikan informasi DKV UMN. (Widjaja, Alexandra Adi (2016), Thesis (Bachelor Thesis), <http://kc.umn.ac.id/id/eprint/968>).

Pada Jurnal milik Danang Rifai, Erna Astriyani, Upi Indria yang berjudul “Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia” di dalamnya membahas mengenai Metode penelitian yang digunakan penelitian yaitu metode analisa permasalahan, metode pengumpulan data, analisa data, dan metode analisa perancangan . Pada konsep ini terdapat tahapan preproduction, tahapan production, dan tahapan postproduction. Dari hasil rancangan media video profile tersebut dapat meningkatkan penjualan dan informasi kepada masyarakat yang ingin lebih tahu jelas mengenai lift / escalator di PT. Daiichi Elevator Indonesia agar lebih mengenal tentang detail profile yang dimiliki PT. Daiichi Elevator Indonesia. (Danang Rifai, Erna Astriyani, Upi Indria, Technomedia Journal (TMJ) Vol.3 No.1 Edisi Agustus 2018)

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa Company Profile sangat dibutuhkan untuk menyampaikan informasi-informasi penting mengenai perusahaan agar membantu bagian marketing dalam memberikan informasi juga mempromosikan dan dapat meningkatkan penjualan kepada masyarakat yang ingin lebih tahu jelas mengenai perusahaan tersebut.

Pada Jurnal milik Laurence, Kenzy yang berjudul “Perancangan dan Implementasi Company Profile Berbasis Video di Toko Istana Gunung Bintan. Project” Report. Universitas Internasional Batam. Menjelaskan bahwa Company Profile merupakan laporan yang memiliki informasi dari sebuah perusahaan. Media yang digunakan bisa dalam bentuk media visual, maupun

video. (Laurence, Kenzy, 2.2.2 Hal 12 2020 :
<http://repository.uib.ac.id/id/eprint/2666>)

Buku Jurnal milik Muh Rizal, A.Muhammad Syafar, Hery Zuhaer yang berjudul “Perancangan Company Profile Berbasis Motion Graphic Sebagai Media Promosi Klinik Hilal Medika Makassar menjelaskan tentang manfaat Company Profile Motion Graphic karena Klinik Hilal Medika Makassar belum mempunyai Company Profile yang berbasis multimedia. Maka dalam penelitian ini akan dibuat suatu dokumentasi yang dikemas dalam sebuah video Motion Graphic Klinik Hilal Medika Makassar. Penggunaan animasi khususnya motion graphic untuk menyajikan informasi sudah menjadi trend untuk saat ini. Motion graphic mampu menampilkan suatu benda yang tidak mampu diwujudkan dengan media rekam. Selain itu, motion graphic mampu menampilkan desain dalam bentuk diagram dengan lebih menarik. Oleh karena itu, motion graphic dinilai dapat memberikan sebuah media informasi yang menarik dan unik bagi Klinik Hilal Medika dalam hal menampilkan profil dengan Motion Graphic. (Muh Rizal, A.Muhammad Syafar, Hery Zuhaer, 2019: SENSITIF 2019, Hal 982 :
<file:///F:/pes%202021/474-Article%20Text-841-1-10-20200112.pdf>).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Perancangan Company Profile Berbasis Motion Graphic dapat menampilkan suatu desain dalam bentuk Animasi / Bergerak dengan lebih menarik. Oleh karenanya Company Profile Berbasis Motion Graphic dinilai dapat

memberikan sebuah media informasi yang lebih variatif dan unik bagi perusahaan.

F. Landasan Teori

1. Perancangan

Soetam Rizky (2011 : 140) perancangan adalah sebuah proses untuk mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan dengan menggunakan teknik yang bervariasi serta didalamnya melibatkan deskripsi mengenai arsitektur serta detail komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami dalam proses pengerjaannya.)

Perancangan merupakan penentuan proses dan data yang diperlukan oleh sistem baru. Manfaat tahap perancangan sistem ini memberikan gambaran rancangan bangun yang lengkap sebagai pedoman bagi programmer dalam mengembangkan aplikasi. Sesuai dengan komponen sistem yang dikomputerisasikan, maka yang harus didesain dalam tahap ini mencakup hardware atau software, database dan aplikasi.

Menurut Sommerville dalam buku Agus Mulyanto (2009 : 259)

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa perancangan adalah tahapan setelah analisis sistem yang tujuannya untuk menghasilkan rancangan yang memenuhi kebutuhan yang ditentukan selama tahap analisis.

2. Company Profile

(Agustrijanto 2001 : 133) company profile atau profil perusahaan yaitu gambaran umum mengenai diri suatu perusahaan yang hendak melakukan serangkaian promosi terpadu melalui sebuah buku. Dalam bahasa Indonesia company profile dapat diartikan sebagai profil perusahaan. Company Profile adalah salah satu media public relations yang merepresentasikan sebuah perusahaan (organisasi). Produk public relations tersebut berisi gambaran umum perusahaan, dimana perusahaan dapat memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publik yang disesuaikan dengan kepentingan publik sasaran dan sebagai paparan atau penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun dalam bentuk grafik yang meningkatkan corporate value (nilai-nilai perusahaan), (<http://repository.widyatama.ac.id/>).

Company Profile adalah produk tulisan praktisi PR yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan ada perusahaan yang memilih membuat Company Profile berdasarkan kepentingan publik sasaran. Ada Company Profile yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang mempunyai bidang usaha luas dan publik yang berbeda-beda. (Kriyantono,

Rachmat.2008. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.)

Kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa perancangan Company Profile merupakan gambaran suatu produk atau perusahaan dengan mendefinisikan poin – poin penting namun tetap harus sesuai dengan kualitas perusahaan. Maka dari itu dibutuhkan penelitian, dan identifikasi data suatu perusahaan sehingga menghasilkan data yang akurat.

3. Motion Graphic

Motion Graphic Animation adalah tipe animasi yang menampilkan tulisan grafik, misalnya penggunaan running text dalam iklan atau logo corporate di stasiun ID atau company profile. Jenis animasi ini juga digunakan dalam animasi film atau acara di televisi. Motion Graphic Animation di Indonesia lebih dikenal sebagai Bumper (<http://repository.widyatama.ac.id>).

Menurut Ahli Teori Perfilman Michael Betancourt, dalam artikelnya yang berjudul The Origins of Motion Graphics, yang terdapat di Cinegraphic pada tanggal 6 Januari 2012, motion graphic adalah media yang menggunakan rekaman video dan / atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah output multimedia.

Kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa Motion Graphic merupakan pengembangan dari video animasi dan desain graphic, sehingga menghasilkan visual dengan memasukan beberapa element yakni

Typografi, desain 3d, 2d, video, animasi, musik dan fotografi. Dengan adanya pengembangan motion graphic sehingga menghasilkan beberapa iklan seperti di TV atau di media sosial.

4. Buku Tahunan (Yearbook)

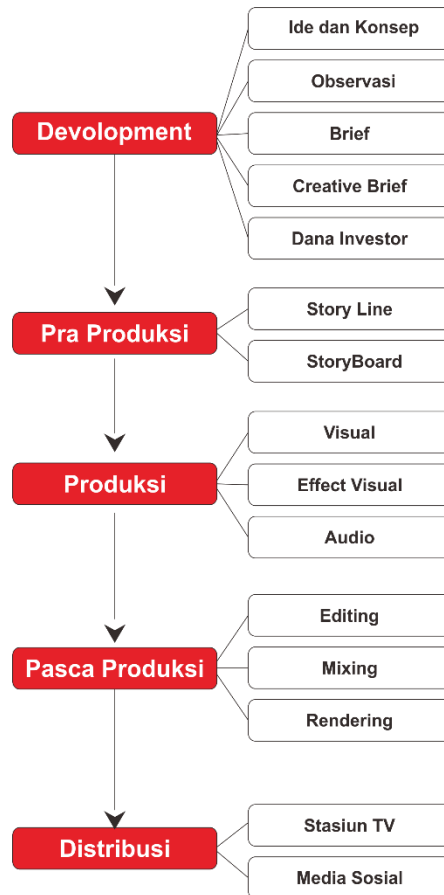
Buku tahunan adalah ikhtisar yang terbit setahun sekali mengenai data dan statistik yang ada pada tahun tersebut. (Tambusai, 2007) Buku tahunan adalah suatu publikasi yang diterbitkan tiap tahun, meninjau kejadian atau perkembangan selama periode tertentu, diuraikan dalam bentuk singkat secara deskriptif ataupun berupa data statistik. (Rahardjo, 1996)

Kesimpulan dari beberapa ahli di atas bahwa Buku Tahunan (Yearbook) merupakan buku yang diterbitkan satu tahun sekali, berisi informasi perkembangan suatu peristiwa atau kejadian, sehingga dapat sebagai penelitian sejarah, sebagai menyimpan informasi, dan sebagai penyimpanan momen yang telah diabadikan. Yearbook atau buku tahunan juga di bagi beberapa jenis yaitu Suplemen Ensiklopedi yaitu buku tahunan yang diterbitkan setahun sekali biasanya berisi tentang perbaikan – perbaikan informasi yang sudah dibuat sebelumnya dari ensiklopedia, sehingga terbitan ini menjadi tambahan atau pelengkap ensiklopedia. Lalu Almanak, yaitu berupa seperti kalender atau suatu kegiatan, informasi tentang cuaca, data statistik organisasi, yang disajikan sesuai keadaan (fakta). Dan yang terakhir Anual, yaitu buku tahunan yang disajikan

berdasarkan perkembangan setiap tahun namun tidak harus detail sesuai peristiwa.

Dalam tugas akhir yang berjudul “Perancangan Company Profile Lada Pedas Kreatif Surakarta” akan menjelaskan dan mempresentasikan hal – hal yang mengenai perusahaan tersebut melalui video Motion Graphic dengan menarik dan relevan.

G. Metode Perancangan



Gambar 01. kerangka metode perancangan

(sumber : Vandri Gardia Ardinata)

Pembuatan Video Company Profile memerlukan proses yang professional, kreatif dan pastinya dengan hasil yang maksimal. dengan menentukan konsep perancangan tersebut dapat mempermudah proses pembuatan. dengan membuat metode perancangan diharapkan dapat menjadi hasil maksimal dalam pembuatan Laporan Tugas Akhir. Berikut adalah metode yang dapat dijelaskan penulis :

1. Development

Development merupakan kegiatan yang dilakukan Perusahaan ketika melakukan inovasi atau menciptakan layanan baru. Berisikan beberapa rangkaian proses riset dan pengembangan produk atau layanan yang ingin dibuat. Tujuan utama dari development ialah agar perusahaan dapat meluncurkan produk atau jasa yang orisinal dan optimal.

a. Ide / Gagasan

Ide adalah gagasan atau rancangan yang belum direalisasikan. Perancangan dalam Company Profile ini menggunakan konsep Motion Graphic yang membahas tentang Profil Ladapedas Creative Surakarta.

b. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam Metode Perancangan adalah melakukan penelitian dengan mengunjungi Studio Ladapedas Creative Surakarta

c. Brief

Untuk mendapatkan data dan pengetahuan yang cukup untuk melakukan perancangan Video Motion Graphic, penulis melakukan studi lapangan ke studio – studio pembuatan Animasi dan Periklanan. Penulis melakukan studi lapangan untuk melihat langsung cara membuat Motion Graphic, juga dengan mencari buku – buku referensi tentang Company Profile.

d. Creative Brief

Brief kreatif adalah dokumen yang digunakan untuk menjelaskan seluk beluk proyek untuk tim kreatif, agensi, atau desainer yang akan mengerjakannya. membantu tim kreatif membentuk strategi dari keseluruhan proyek tersebut. Mengembangkan brief kreatif yang baik merupakan investasi yang luar biasa dalam hal waktu, efisiensi, dan menghasilkan hasil akhir yang baik.

e. Konsep Teknis

Konsep teknis merupakan konsep media yang berkaitan dengan teknis pembuatan. Didalamnya menyangkut penggunaan material / bahan yang akan digunakan untuk membuat sebuah media. Dalam kampanye ini, setiap item menggunakan material berbeda.

f. Konsep Visual

Konsep Visual menghasilkan media atau visual yang baik maka dibutuhkan konsep yang matang untuk menghindari kesalahan dalam menyampaikan pesan. Konsep visual adalah awal dari sebuah ide yang didapat melalui sebuah proses pendekatan dan pendalaman materi dari semua permasalahan. Konsep yang telah didapat harus di eksplorasi ke dalam sebuah bentuk yang bisa memberikan pesan visual kepada target.

g. Dana Investor

Dana adalah himpunan dari uang dalam jumlah tertentu dalam bentuk tunai maupun nontunai. Kata dana biasa digunakan dalam bisnis untuk menyebutkan istilah uang. Dana juga merupakan komponen utama dari

analisis sebuah bisnis. Dalam artian yang lebih luas, dana juga bisa berarti modal usaha dalam menjalankan bisnis. (<https://kamus.tokopedia.com/d/dana/>)

2. Pra Produksi

Pra-Produksi merupakan tahapan awal sebelum dilaksanakannya produksi video. Tahapan ini merupakan tahapan yang sangat penting. Karena ditahapan ini semua langkah-langkah perencanaan untuk proses produksi video dilakukan. Pra-Produksi ini semua perencanaan harus disusun dengan rapi dan terperinci untuk menghindari kesalahan-kesalahan saat dilakukannya proses pengambilan gambar atau tahap produksi . Hampir keseluruhan jenis video melalui tahap pra-produksi ini. Beberapa tahap yang perlu dilakukan pada tahap pra-produksi ini yaitu :

a. Breakdown Budget

Breakdown Budget : biaya dalam kebutuhan produksi dari beberapa departemen, yang didata secara detail.

b. Storyline

Pada dasarnya pengertian Storyline adalah sebuah struktur rangkaian kejadian didalam cerita yang tersusun sebagai urutan dari bagian cerita pada seluruh fiksi.

c. Begenning (Awal Cerita)

Pengenalan Sejarah Ladapedas Creative, yang berdiri seja tahun 2010, dan pengenalan lokasi studio kreatif Ladapedas yang ada di Solo, kemudian seberapa luas area pemasaran ladapedas yang sudah mereka

penuhi, dan dari kalangan pelajar yang mereka sudah pernah menerima orderan, mulai dari SD,SMP, SMA, UNIVERSITAS.

d. Middle (Tengah Cerita)

Memperkenalkan fasilitas unggulan, seperti pembuatan buku tahunan sekolah, Studio foto dan studio delivery, Pengemasan, desain grafis dna promosi, konsultasi untuk acara di sekolahmu, dan pembuatan video grafi.

e. End (Akhir Cerita)

Ketiga Memperkenalkan Keunggulan dari ladapedas Creative dan Susunan Struktur kerja dari ladapedas. Dilanjutkan Portofolio Ladapedas Creative dan yang terkhir Sosial Media LDPD

f. Storyboard

Proses Perancangan Storyboard pada Company Profile Ladapedas Creative ini berisi penyusunan cerita setiap scane pada Video tersebut, sehingga di susunan dengan dimasukan waktu setiap scane, isi setiap scane, dan urutan per scane, sehingga mempermudah saat masuk Pra – Produksi.

3. Produksi

Setelah semua Proses Pra Produksi sudah siap, maka tahap selanjutnya adalah proses Produksi. Proses produksi, Tahap ini merupakan tahap dimana visual mulai diproduksi sesuai dengan konsep pada tahap pra-produksi. Pada tahap ini proses yang dilakukan adalah pembuatan source visual, penempatan visual, penambahan effect, dan audio.

a. Pembuatan visual

Pembuatan visual sesuai dengan konsep pada tahap pra-produksi, dengan konsep Minimalist design.

b. Efek visual

Visual Effect atau VisualFX adalah pemberian effect tertentu ke dalam sebuah video atau film yang merupakan perpaduan dari gambar syuting asli dengan obyek rekayasa komputer serta obyek lainnya, yang bertujuan untuk menciptakan adegan yang realistis sesuai dengan tuntutan scenario.

(<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jkt/article/view/55/41>)

c. Audio

Dalam proses editing suara menjadi element penting, suara meliputi backsound dan voice over, peran suara akan menambah kesan dalam film dan membuat film menjadi lebih mudah diterima penonton.

5. Pasca Produksi

Terakhir Pasca Produksi yaitu proses Pra Produksi dan Produksi terpenuhi semua. Proses terakhir dari pembuatan Company Profile LDPD, dengan mengerjakan beberapa hal seperti,

a. Editing

Editing adalah proses mengorganisir, reviewing, memilih, dan menyusun gambar dan suara hasil rekaman produksi. Editing harus menghasilkan tayangan gambar yang padu dan cerita yang penuh makna sesuai apa yang telah direncanakan sebelumnya yaitu untuk

menghibur, menginformasikan, memberi inspirasi dan lainnya (Roy Thompson and Christopher J. Bowen, 2009: 1). Proses Editing yang dilakukan dengan model motion graphic yang menggunakan aplikasi Adobe After Effect, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, dan CorelDraw.

b. Rendering dan Testing

- Rendering

Rendering adalah proses membangun sebuah gambar dari model dengan menggunakan aplikasi pada komputer. bahasa sederhananya adalah proses membuat gambar hasil akhir dari sebuah desain mentah yang masih terpisah, masih belum bersih, tidak menentu dan lain-lain. jadi dengan rendering, kita bisa mengetahui seperti apa hasil akhir dari sebuah model atau desain yang sudah di buat. (Sumber; <https://www.grafis-media.website/>). Saat pembuatan motion graphic pada aplikasi after effect selesai, lalu melalui tahap rendering agar dapat melihat hasil video tanpa membuka aplikasi editing / AE.

- Testing

Menurut Hetzel 1983 Menurutnya testing merupakan aktivitas yang digunakan untuk dapat melakukan evaluasi suatu paramter ataupun kemampuan dari program atau sistem serta memastikan apakah sudah memenuhi kebutuhan ataupun hasil yang diharapkan.(Sumber; <https://dosenpintar.com/>). Tahap testing ini

guna untuk ujicoba apakah video Company Profile tersebut sudah layak untuk di tampilkan dan di publikasi atau belum.

6. Distribusi

Dalam pandangan Alex S. Nitisemito, distribusi adalah lembaga-lembaga penyalur atau distributor yang berkegiatan menyalurkan barang-barang maupun jasa-jasa dari produsen kepada konsumen. Definisi Alex S. Nitisemito ini menonjolkan pentingnya keberadaan distributor dalam proses produksi dan konsumsi barang maupun jasa. Keberadaan distributor dalam pandangannya bukan hanya saluran yang diciptakan oleh produsen, namun juga dapat berdiri independen sebagai suatu lembaga tersendiri di luar produsen maupun konsumen (<https://www.kozio.com/term/distribusi/>). Video Company Profile Ladapedas Creative Surakarta juga bertujuan untuk didistribusikan dengan mengiklankan antara lain,

a. Stasiun TV

Perkembangan pesat industri media dalam era globalisasi saat ini, ditandai dengan bermunculannya media massa baru, baik elektronik maupun cetak. Perkembangan media massa, baik media massa cetak maupun media massa elektronik yang semakin beragam didukung oleh kemajuan teknologi komunikasi yang canggih. Pergerakan eksistensi stasiun televisi dari pusat ke daerah, dimana juga terjadi perubahan dominasi kepemilikan stasiun TV dari pengusaha metropolitan kelas atas ke kalangan pengusaha menengah di daerah, menunjukkan realitas

bahwa usaha stasiun TV cukup menjanjikan secara ekonomis dengan kata lain belum ada stasiun TV yang gulung tikar di Indonesia. (<https://media.neliti.com/media/publications/42407-ID-strategi-komunikasi-pemasaran-gajayana-tv-dalam-mendapatkan-pengiklan-komersial.pdf>).

Adanya Stasiun TV ini sehingga Video Company Profil bisa di tampilkan dengan ditayangkan di TV, hal tersebut sangat strategis untuk melakukan promosi ke seluruh tempat.

b. Media Sosial

Dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia, sudah jelas potensi digital marketing melalui pemanfaatan sosial media memiliki peluang lebih besar. Hal ini juga didukung dengan lama rata-rata orang di Indonesia menghabiskan waktu berselancar di dunia maya, yaitu sekitar 6 jam 43 menit setiap harinya. Bisa dikatakan, seperempat dari kehidupan masyarakat Indonesia dihabiskan untuk menggunakan internet.

Karena itulah, para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM dan UMKM), juga para pemilik bisnis lainnya, perlu memanfaatkan sosial media sebagai media promosi demi meraih pasar yang lebih luas. Social media marketing adalah proses pemasaran yang dilakukan melalui pihak ketiga, yaitu website berbasis sosial media, seperti Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, bahkan TikTok.

(<https://www.redcomm.co.id/knowledges/7-manfaat-promosi-di-sosial-media-yang-wajib-diketahui>)

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Penyusunan tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I

Bab ini berisi tentang Latar Belakang dari perancangan ini bagaimana rumusan masalah yang mendasari , tujuannya apa dalam perancangan ini, lalu bagaimana racangan ini bisa menfaat,ditinjau dari segi mana sajakah perancangan ini, teori apa yang menlandasi perancangan ini, bagaimana metode yang akan digunakan dalam perancangan ini, dan medotnya bagaimana, yang kemudian disusun dengan sistematika penulisan.

BAB II

Bab ini berisi tentang Identifikasi Data dari hasil observasi atau survey lapangan yang berkaitan dengan tema/objek.

Bab ini juga memiliki fungsi sebagai langkah dasar untuk memvisualisasikan karya video company profile di bab IV yang akan ditarik kesimpulan di bab V.

BAB III

Bab ini berisi tentang konsep perancangan video campaign , analisis data dan strategi kreatif.

Bab ini juga memiliki fungsi sebagai landasan memvisualisasikan karya video campaign di bab IV yang akan ditarik kesimpulan di bab V.

BAB IV

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai visualisasi karya video campaign.

Bab ini juga memiliki fungsi untuk memberikan kesimpulan di bab V.

BAB V

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi dari buku-buku dan artikel dari internet.