

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Rumah adalah salah satu dari sekian banyak kebutuhan manusia yaitu tempat tinggal. Rumah yang layak menjadikan orang didalamnya merasa lebih nyaman dan aman. Baik dari bagian bawah dasar rumah, bagian tengah maupun dari atas/penutup rumah, semua bagian sangat penting dalam menjaga mood penghuni rumah tersebut. bagian bawah menentukan nyaman atau tidaknya orang ketika melewati tiap ruangan, selain itu bagian bawah juga menentukan layout dari tata letak properti sehingga properti tersebut terlihat nyaman ketika dilihat, digunakan maupun dilewati. Bagian tengah menentukan mau difungsikan seperti apa suatu ruang sehingga layak untuk digunakan, selain itu banyak ornamen atau hiasan rumah saat ini cenderung fokus dengan mempercantik tiap dindingnya, oleh sebab itu warna sering difokuskan pada dinding. Sedangkan atap sendiri juga meningkatkan daya tarik dari ruangan sehingga sebagai pendukung dari dinding.

Banyak kondisi dimana rumah itu sendiri menjadi nyaman, salah satunya dengan desain rumah yang rapi dan menarik atau enak dipandang. Akan tetapi rumah yang dulunya aman dan nyaman akan tetap berkurang daya tariknya karena termakan waktu. Terdapat banyak gangguan biologis yang dapat merusak kondisi rumah tersebut, Seperti rayap dan kelembapan. kelembapan menyebabkan bahan-bahan tertentu menjadi mudah rusak, seperti rapuh, luntur, karat maupun merubah

tekstur. Biasanya bagian yang mudah rusak yaitu bagian atas rumah/penutup rumah. Terutama bagian langit-langit seperti plafon.

Gangguan tersebut memang tak mudah dihindari untuk negara beriklim tropis. Oleh sebab itu bahan yang digunakan seperti triplek, gypsum, kayu/lambersering, metal dan GRC tidak cocok dengan perubahan suhu dan kelembapan di negara tropis. Bahan itu semua selain rentan kelembapan, beberapa juga mudah dirusak oleh binatang seperti pengerat, rayap, tawon dan lain-lain. Tapi sayangnya untuk masyarakat Indonesia sendiri masih menggunakan bahan-bahan tersebut. Padahal seiring perkembangan jaman sudah muncul beberapa bahan pengganti yang lebih efisien dan awet untuk mengatasi permasalahan sering ditemui semua bahan yang ada sebelumnya. Bahan pengganti tersebut adalah bahan PVC (*Polyvinyl Chloride*), mengatasi perubahan suhu ruang dan kelembapan, selain itu bahan ini juga anti rayap dan binatang pengerat sehingga untuk perubahan kondisi apapun sangat cocok digunakan untuk negara tropis seperti di Indonesia. Padahal untuk negara-negara lain sudah banyak yang menggunakan PVC sebagai bahan untuk beberapa ornamen dan bagian dasar dari atap rumah.

Di Indonesia sendiri sudah banyak outlet/distributor penyedia plafon PVC. Salah satunya adalah Upton Plafon PVC yang merupakan anak perusahaan sekaligus distributor dari PT.Plaswood Indonesia. Akan tetapi sangat disayangkan yang mengenal dari distributor tersebut hanya sedikit orang dan banyak orang lebih tertarik dengan resellernya yang jelas mendapat perbedaan harga yang jauh. Oleh sebab itu diperlukan media komunikasi agar masyarakat mengerti tentang Upton Plafon PVC. Selain itu Upton sendiri belum memiliki company profile untuk

dipublikasi karena dari website maupun media sosial Upton sendiri hanya menampilkan testimoni dengan video berupa slide foto. Media yang sangat mendukung dalam memperkenalkan produk dan perusahaan Upton adalah dengan media komunikasi audio visual (AVI). Media komunikasi audio visual bertujuan untuk memberikan informasi dalam bentuk grafis dan didukung dengan audio, baik itu dengan audio berupa informasi atau sebagai pendukung dari bentuk grafis.

Motion grafis (*motion graphic*) adalah media komunikasi audio visual yang dapat menggabungkan ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi dengan teknik animasi. Penggunaan *motion graphic* dalam *company profile* dapat menciptakan komunikasi yang lebih menarik dan tidak membosankan karena orang tidak hanya terfokus pada melihat objek yang biasa mata visualkan. Selain itu dengan *motion graphic* dapat meningkatkan citra perusahaan karena menimbulkan kesan perusahaan memiliki media promosi yang terkesan profesional.

B. Rumusan Masalah

Berdasar beberapa uraian dari latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana merancang konsep *company profile* yang dapat mempresentasikan profil perusahaan ?
2. Bagaimana merancang *company profile* terlihat interaktif dan komunikatif ?

C. Tujuan Perancangan

1. Mengetahui konsep yang tepat dalam pembuatan company profile yang dapat mempresentasikan profil perusahaan.
2. Sebagai media informasi profil perusahaan yang interaktif dan komunikatif.

D. Manfaat Perancangan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak diantaranya :

a. Bagi Penulis

Dapat dijadikan sebagai portofolio yang kelak bermanfaat di masa mendatang serta menambah pengalaman di bidang motion graphic.

b. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi media promosi berupa profil usaha guna menarik perhatian segmentasi pasar.

c. Bagi Masyarakat

Khalayak dapat mengenal perusahaan mana yang dapat memenuhi ekspektasi menjadi realita.

E. Tinjauan Pustaka

Secara umum penelitian ilmiah sangat memerlukan pustaka baik melalui perpustakaan offline maupun online guna mendapat wawasan terkait penelitian

yang sudah ada untuk melakukan pengembangan maupun untuk pembanding dengan metode yang lain.

Jurnal Desain Politeknik Negeri Jakarta Vol.4 No.3 Mei 2017 Hal. 174 – 183 dengan judul *Pembuatan Media Komunikasi Menggunakan Motion Graphic Untuk Sosialisasi Job Family Pada Bank Indonesia*. Fairus Siregar menjelaskan media komunikasi dapat diartikan sebagai perantara atau sarana penyampaian pesan yang dapat ditujukan pada masyarakat maupun individu guna menanamkan ide, gagasan, atau sikap dengan tujuan *mutual understanding*. Dari jurnal tersebut juga menjelaskan bagaimana cara membuat storyboard dalam pembuatan motion graphic yaitu dengan menjelaskan efek apa saja yang digunakan dalam tiap scene. Jurnal Fairuz Siregar ini bermanfaat dalam membantu memperjelas bagaimana cara membuat storyboard yang baik dalam pembuatan motion graphic. Storyboard tidak hanya diberi keterangan gambar dan deskripsi, namun juga dijelaskan efek apa yang dimasukkan didalamnya dan transisi apa yang digunakan sebelum dan sesudahnya. (https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/1860)

Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer Vol. 01, No. 02, Hal. 85 – 92 dengan judul *Pembuatan Motion Graphic Sebagai Media Sosialisasi dan Promosi Untuk Aplikasi Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas*. Didalamnya dijelaskan oleh Yesty Desca Refita Putri tentang bagaimana membuat media komunikasi dengan teknik motion graphic yang dapat digunakan untuk mengenalkan aplikasi yang mana dapat memudahkan nasabah Bank Mandiri agar tetap terhubung dengan perangkat mobile. Jurnal tersebut menjelaskan secara detail bagaimana cara membuat media untuk melakukan sosialisasi dengan menarik.

Memperhatikan setiap detail secara bertahap dari scene 1 hingga scene terakhir. Jurnal Yesty ini memberikan manfaat tentang memperhatikan tiap langkah dalam memasuki tiap scene agar membuat audien tidak merasa bosan. (<http://jurnal.kopertipindonesia.or.id/index.php/kopertip/article/view/16>)

Kedua jurnal diatas membantu untuk memperkuat tema maupun judul untuk tugas akhir. Selain itu juga memberikan dorongan dimana keterbatasan pada kondisi apapun dapat dimaksimalkan dengan penyampaian dan pengaturan kombinasi yang baik sehingga mempermudah dalam pengerjaan tugas akhir. Selain jurnal, ada beberapa pustaka lain dimana pustaka tersebut merupakan tugas akhir yang dapat membantu sebagai sarana informasi dan pembanding dengan tugas akhir ini. Pertama yaitu Tugas Akhir Wahyu Munawar Prihanto mahasiswa Universitas Sebelas Maret dengan tugas akhirnya yang berjudul Perancangan Video Company Profile The Gambir Anom Hotel Sebagai Media Promosi yang didalamnya menjelaskan tentang fasilitas yang ada didalam hotel tersebut dan letak yang strategis dari hotel itu sendiri. Ada pula karya Tugas Akhir dari mahasiswa Universitas Sahid Surakarta oleh mahasiswa Roqib Miftakhul Hudha dengan karya yang berjudul Perancangan Company Profile “CV. Ivorie” sebagai Media Promosi. Karya tugas akhir tersebut menampilkan visi misi dan beberapa info penting tentang perusahaan percetakan itu sendiri.

Perbedaan dengan kedua karya tugas akhir diatas adalah teknik penyampaian company profile Upton Plafon PVC ini menggunakan teknik motion graphic. Ditambah dengan pengenalan produk PVC baik dari bahan, kelebihan dan fungsi sekaligus identitas dari perusahaan.

F. Landasan Teori

1. Perancangan

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Perancangan sistem dapat dirancang dalam bentuk bagan alir sistem (*system flowchart*), yang merupakan alat bentuk grafik yang dapat digunakan untuk menunjukkan urutan-urutan proses dari sistem (Syifaun Nafisah, 2003 : 2). Sedangkan menurut Bentley dan Whitten (2009:160) melalui buku yang berjudul “system analysis and design for the global enterprise” menjelaskan bahwa perancangan sistem adalah teknik pemecahan masalah dengan melengkapi komponen-komponen kecil menjadi kesatuan komponen sistem kembali ke sistem yang lengkap. Teknik ini diharapkan dapat menghasilkan sistem yang lebih baik.

Dalam perancangan biasanya dibuat beberapa bagan yang menjelaskan urutan proses pembuatan karya. Fungsi dari adanya bagan itu sendiri adalah untuk menghindarkan beberapa resiko kesalahan pada proses perancangan. Fungsi lain dari bagan juga dapat digunakan untuk melakukan pengecekan terhadap proses yang sudah dilewati sehingga dapat digunakan untuk memperbaiki hasil akhir. Dengan adanya perancangan, proses pembuatan menjadi lebih mudah dikarenakan rencana lebih matang beserta bahan dan proses pengelolaannya.

2. Company Profile

Company Profile merupakan serapan bahasa Inggris dari kata company (Perusahaan) dan Profile (Profil). Company/Perusahaan merupakan organisasi yang bergerak untuk menjual atau menyewakan baik jasa maupun barang untuk

mendapatkan profit. Sedangkan profile adalah identitas dari subyek yang dapat dikenali dengan data dan ciri khas tertentu. Menurut ahli seni public relation Rachmat Krisyantono, S.Sos , M.Si company profile merupakan gambaran umum perusahaan yang isinya tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Pada dasarnya company profile dibuat perusahaan sesuai dengan sasaran publik sehingga hanya poin-poin tertentu yang dimuat dalam gambaran tersebut.

Didalam company profile terdapat berbagai variasi muatan yang secara umum berisikan muatan sebagai berikut. (Rachmat Kriyantono, 2008)

1. Sejarah perusahaan, mencakup antara lain pendiri perusahaan, jajaran direksi, asal muasal, proses perkembangan, dll
2. Filosofis perusahaan, bisa disebut pandangan atau ideologi dasar-dasar perusahaan
3. Budaya perusahaan, adalah nilai-nilai kunci dan konsep bersama yang membentuk citra anggota organisasi terhadap organisasinya. Misalnya, etos kerja tinggi, maju untuk semua, makan tidak makan yang penting kumpul, dsb.
4. Sambutan dari pimpinan (direktur utama dan komisaris utama) tentang segala hal yang sangat berpengaruh pada aktivitas perusahaan dan rencana jangka panjang.
5. Identitas perusahaan, termasuk disini logo, uniform, interior gedung dan kantor, kualitas cetakan atau kualitas audiovisualnya.

6. Visi, misi strategi perusahaan, termasuk komitmen perusahaan untuk meraih kemajuan. Ini menunjukkan bahwa operasional perusahaan dilakukan tidak sembarangan, tetapi melalui perencanaan yang matang dan berkeselimbangan. Sebagai jaminan masa depan bisnis yang berkelanjutan. Pada akhirnya menciptakan kepercayaan publik, bahwa masa depan perusahaan terjamin.
7. Alamat cabang-cabang. Semakin banyak cabang perusahaan di beberapa wilayah menunjukkan jalur distribusi yang merata. Pada akhirnya mencerminkan kebersamaan dan prestise perusahaan.
8. Gambaran tentang SDM, ceritakan orang-orang dibalik operasional perusahaan, siapa saja figur pengendali di jajaran manajemen termasuk tokoh berpengaruh di masyarakat yang berkaitan dengan perusahaan.
9. Sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan. Dalam persaingan ketat dewasa ini, pelayanan pelanggan memegang kunci strategis. Gambaran kelebihan perusahaan dari sisi yang membedakan dengan kompetitor.
10. Prestasi dan keunggulan perusahaan, termasuk segala hal yang telah dilakukan perusahaan untuk kepentingan masyarakat. Masyarakat menuntut bukan hanya kualitas produk atau jasa, tapi juga apa yang bisa dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Misalnya program peduli lingkungan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan (CSR).
11. Laporan perkembangan perusahaan (annual report), termasuk informasi keuangan perusahaan.

12. Deskripsi tentang produk-produk dan jasa utama yang ditawarkan.

13. Program pengembangan dimasa mendatang.

3. Promosi

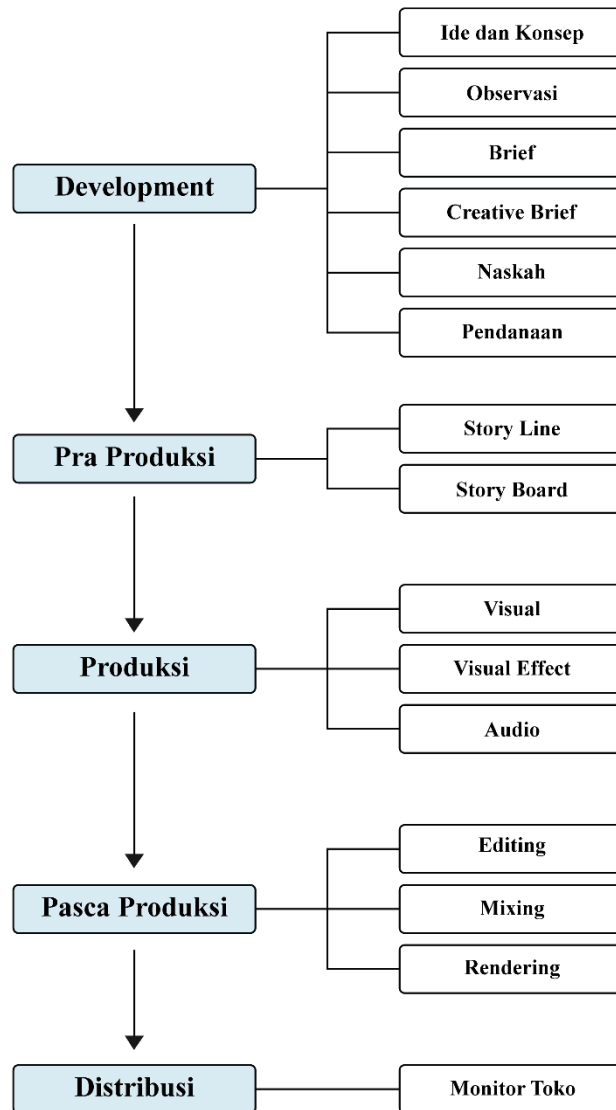
Promosi adalah kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, dan menghimbau khalayak ramai (Stanton : 1993). Lambat Lupiyoadi (2006 : 120) menjelaskan Promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Dari kedua pernyataan tersebut dapat disimpulkan jika promosi bukan hanya untuk memperkenalkan produk maupun usaha, akan tetapi juga ditujukan untuk menarik perhatian konsumen sehingga akhirnya konsumen mengkonsumsi produk tersebut.

G. Metode Perancangan

Video company profile dikerjakan secara profesional dimana tiap bagian dikerjakan dengan detail dengan data yang valid. Selain data yang valid, pengerjaan dilakukan secara bertahap dari perencanaan awal hingga karya tersebut dapat diaplikasikan oleh perusahaan. Hal ini ditujukan agar hasil tugas akhir ini mendapat hasil yang maksimal sehingga karya ini tidak hanya digunakan sebagai syarat

kelulusan tetapi juga dapat diaplikasikan dalam proses marketing dari CV. Upton itu sendiri. Berikut adalah metode yang digunakan dalam perancangan.



Gb. 1 : Skema Metode Perancangan
Sumber (Studio Antelope, 2020)

1. Development

Development atau pengembangan dalam pembuatan desain merupakan kegiatan yang dilakukan bersama dengan perusahaan untuk menggali informasi dan

mengembangkan informasi yang sudah ada sehingga mendapatkan konsep perencanaan yang skematik.

1. Ide dan Konsep

Ide merupakan rancangan yang tersusun dalam pikiran. Menggali informasi mengenai produk maupun perusahaan secara detail dari berbagai sumber dengan tujuan mendapatkan data apa saja yang dapat digunakan dalam pembuatan company profile. Data yang lengkap sangat membantu dalam menentukan apa – apa saja yang dapat digunakan untuk menjadi referensi yang kedepannya dapat dikembangkan menjadi konsep. Terdapat berbagai metode dalam mengumpulkan informasi yang valid dan lengkap.

2. Observasi

Observasi dilakukan langsung di toko Upton yang beralamatkan di Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo, Giripurwo, Kec. Wonogiri, Kab. Wonogiri. Selain itu observasi juga dilakukan ke beberapa agen dari cabang yang berada di Jatiyoso dan Jatisrono.

3. *Brief* (Identifikasi Produk)

Pembuatan media dimaksudkan agar masyarakat khususnya di Keresidenan Surakarta dapat mengenal bahan PVC dan penyedia produk pvc yang tepat. Adapun beberapa sumber data dan teknik pengumpulannya berikut penjelasannya sebagai berikut :

- Wawancara

Wawancara dapat dilakukan dengan Bp. Yunus selaku marketing dan Bp. Idris selaku pemilik dari Upton guna mendapatkan data valid seputar Upton. Selain dengan pemilik perusahaan dan marketing, wawancara juga dilakukan terhadap konsumen untuk menentukan nilai dari produk plafon itu sehingga dapat digunakan untuk mengvalidasi kualitas produk. Wawancara lainnya yaitu dengan ahli dalam pembuatan company profile untuk menunjang karya sehingga menjadi media yang baik dan komunikatif.

- Pustaka

Pustaka yang digunakan dalam menggali informasi dari Upton antara lain adalah katalog dan website resmi <https://plaswoodindonesia.com/>. Selain informasi mengenai Upton, penulis juga menggali informasi yang berkaitan dengan perancangan company profile dan motion graphic di berbagai studi arsip, jurnal, artikel, website atau pustaka.

- Dokumentasi

Berupa data penguat yang di dapat langsung dari pihak yang bersangkutan, dimana data utamanya berasal dari company terkait. Data tersebut berguna sebagai penguat hasil karya dalam tugas akhir.

4. *Creative Brief*

Creative Brief berisikan teknik kreatif yang dibuat dengan tujuan menonjolkan apa saja kelebihan dari produk dan distributor Upton PVC

Surakarta. Media yang paling tepat adalah *video company profile* yang dapat digunakan untuk mengenalkan produk sekaligus penyedia produk itu sendiri.

Adapun teknik yang digunakan dalam pembuatan video yaitu teknik motion grafis (*Motion Graphic*). Keunggulan penggunaan *motion graphic* adalah sederhana, menarik, imajinatif dan juga mudah diingat.

Creative brief ini menggunakan 2 konsep dasar yang digunakan dalam perancangan motion graphic company profile Upton yaitu dengan konsep Teknik dan Konsep Visual.

- Konsep Teknik

Konsep Teknik merupakan konsep media yang mengacu pada alat dan bahan yang digunakan dalam menunjang pembuatan media.

- Konsep Visual

Konsep visual ini meliputi apa saja visual yang disampaikan dan bagaimana visual itu disampaikan dengan memperhatikan aspek-aspek dari analisa data dan strategi kreatif.

5. Naskah

Naskah dalam video company profile ini menggunakan jasa profesional voice over dari penyedia jasa Fastwork untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

6. Pendanaan

Pembuatan karya company profile ini tak lepas dari pendanaan. Pendanaan dari pembuatan karya ini dihimpun dari apa saja yang dikeluarkan

dalam pembuatan karya seperti jasa voice over maupun produk yang digunakan dalam media plan.

2. Pra Produksi

Tahap ini merupakan langkah awal dimana data-data dikumpulkan sebagai persiapan dari matangnya proses produksi. Dengan kata lain tahap ini merupakan langkah persiapan tepat yang mendukung proses pembuatan company profile tidak ditemukan banyak kendala apabila persiapan data sudah matang. Terdapat 2 tahapan dalam proses pra produksi, proses pendukung tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

a. Storyline atau Alur cerita

Menentukan apa saja informasi yang akan disampaikan lalu mengatur tata urutan informasi yang akan ditampilkan dari awal hingga akhir. Mengatur urutan informasi sangat mempengaruhi rasa ingin tahu segmentasi sehingga pengaturan alur cerita sangat diperlukan. Menginformasikan data berupa produk, perusahaan dan alasan mengapa harus produk dari perusahaan itu.

b. Storyboard

Storyboard merupakan bentuk kemajuan yang dipelopori oleh Studio Walt Disney pada tahun 1930 untuk sebuah revolusi dari buku-buku yang awalnya berbentuk sketsa. Storyboard adalah sketsa gambar yang disusun sesuai dengan naskah, akan tetapi apabila tidak ada naskah dalam pembuatan video, biasanya storyboard dibuat berdasarkan apa yang ada dalam storyline. Storyboard sangat vital dalam pembuatan film maupun video, hal ini dikarenakan storyboard memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Mempermudah dan mempercepat pembuatan berbagai jenis film, baik itu animasi maupun film pendek.
2. Mempermudah bagian dari tim baik dari sutradara, pengarah fotografi, animator, aktor maupun pengisi suara dalam memahami jalan cerita.
3. Digunakan sebagai pengingat dari memori imajinasi manusia yang mudah lupa.
4. Biasanya di tengah pembuatan video ada beberapa perubahan karena siapapun dapat mengembangkan apa yang ada di storyboard menjadi lebih imajinatif.
5. Menggambarkan segi artistik dari suatu adegan.
6. Memperlihatkan *layout visual* dari sebuah adegan dengan sudut pandang kamera.
7. Menggambarkan detail dari waktu, durasi, dialog, audio, lokasi, sudut pandang kamera hingga transisi yang akan digunakan.

3. Produksi

Setelah semua persiapan di tahap produksi selesai, maka tahap selanjutnya adalah tahap produksi. Tahap dimana apa yang sudah direncanakan sebelumnya menjadi terealisasi. Dalam pembuatan motion graphic, dalam tahap ini merupakan realisasi dari apa yang ada di proses pra produksi. Dari apa yang sudah disusun di storyline dan storyboard, maka source visual, audio dan juga SFX dipadukan sehingga menjadi satu kesatuan karya video yang utuh.

a. Visual

Ilustrasi menjadi daya tarik dalam bentuk visual dari sebuah cerita dimana ilustrasi ini akan membekas pada otak manusia sehingga imajinasi akan terus berkembang hingga menjadi bentuk ketertarikan. Pada tahap ini

dilakukan pembuatan bentuk visual yang telah dibuat di storyboard. Ilustrasi yang digunakan harus dengan ilustrasi yang jelas sehingga tidak menimbulkan banyak persepsi yang membuat ambigu. Oleh sebab itu visualisasi diperlukan penjelas berupa baik secara verbal maupun non verbal. Verbal yang dimaksud dapat menggunakan penjelas baik lisan maupun tulisan. Sedangkan non verbal yang dimaksud adalah dengan isyarat berupa gerakan dari motion.

b. Audio

Audio dari company profile Upton Surakarta menggunakan backsound dan *voice over*. Backsound dari video ini menggunakan backsound dengan karakter yang semangat, selain backsound, suara dari voice over dikerjakan oleh profesional dengan nada yang semangat/tinggi.

c. *Special Effect (SFX)*

Special Effect atau efek spesial adalah efek yang digunakan untuk memperkuat kesan dari gerak/motion agar terlihat realistis maupun dramatis sehingga dapat menggugah emosi dari audien.

4. Pasca Produksi

Proses final dimana semua bahan yang sudah dimuat dalam bentuk digital diteruskan ke proses editing. Proses editing ini berupa motion editing dan penambahan efek dimana jika kedua bagian tersebut selesai maka proses mastering atau rendering ke dalam bentuk file matang dapat dilakukan.

a. Editing

Bagian ini adalah bagian dimana gambar atau ilustrasi yang sudah dibuat dalam bentuk digital diletakkan dalam urutan waktu dan layout yang sudah ditentukan dalam storyboard. Setelah diletakkan maka gambar tersebut dihidupkan dengan karakter baik dari transisi maupun gerakan personifikasi. Motion sangat vital dalam menjaga kontinuitas seseorang untuk terus memperhatikan.

b. Mixing

Mixing dalam dunia desain merupakan proses percampuran antara satu elemen dengan elemen lain yang bersifat seragam. Berbeda dengan mastering dimana mastering itu sendiri menggunakan satu stereo audio, mixing menggunakan multi stereo yang akhirnya akan memasuki mastering setelah melakukan render.

Jika motion sudah selesai maka yang diperlukan adalah penambahan SFX. SFX atau sering dikenal dengan Special effect memiliki banyak manfaat, diantaranya adalah :

1. Memperjelas latar dan waktu. Contohnya seperti suara srigala yang menunjukkan latar hutan dan di malam hari.
2. Memperjelas suasana dalam video sehingga terkesan lebih nyata. Memberi tekanan pada sebuah adegan untuk membangun kesan yang dalam pada penonton. Seperti suara mur dan baut yang dikuatkan atau contoh lainnya seperti suara tabrakan disertai klakson mobil.

3. Memberikan cita rasa seperti suara langkah yang makin cepat sehingga ada rasa terburu- buru yang terbentuk.
4. Membuat transisi atau motion sendiri menjadi lebih hidup dan selaras.

c. Rendering

Beberapa orang menyebut istilah rendering ini sama halnya dengan istilah export. Istilah rendering dalam sebuah video merupakan hasil akhir atau finishing dari project yang sudah dikerjakan. Rendering sendiri adalah sebuah proses editing yang menggabungkan dan membangun gambar dari beragam objek secara kolektif menjadi satu buah file yang utuh. Aktivitas render ini dapat dilakukan menggunakan aplikasi editing video apapun. Akan tetapi dalam mencapai kualitas maksimal hanya dapat dilakukan dengan menggunakan perangkat komputer, hal ini dikarenakan komputer dapat mengatur dan menjaga resolusi dari file mentah bertahan hingga menjadi file matang.

5. Distribusi

Setelah proses rendering selesai maka karya sudah siap diaplikasikan untuk konsumsi publik. Karya ini didistribusikan untuk Universitas Sahid Surakarta sebagai syarat kelulusan dan juga untuk pihak Upton sebagai media promosi. Untuk Upton media video tersebut akan digunakan sebagai media yang ditampilkan di monitor toko milik Agen maupun Distributor.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan materi pada penulisan ini, penulis mengelompokkan kedalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Berisi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Perancangan, Manfaat Perancangan, Tinjauan Pustaka, Landasan Teori, Metode Perancangan, dan Sistematika Penulisan

BAB II IDENTIFIKASI DATA

Memuat informasi apa saja yang didapat dari hasil pengumpulan data baik dari observasi, wawancara dan pustaka yang berkaitan dengan tema / objek.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

Melakukan analisa berdasarkan data dan menentukan strategi kreatif.

BAB IV PERWUJUDAN KARYA

Menjelaskan mengenai karya yang dibuat berdasarkan analisa data, USP, ESP dan Strategi kreatif.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dari keempat bab sebelumnya dan saran guna membangun kualitas karya yang lebih baik.

