

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang, sehingga memaksa masyarakat untuk menikmati berbagai kemudahan yang telah dihasilkan teknologi tersebut. Teknologi yang diciptakan untuk membantu meringankan beban aktivitas di dalam kehidupan sehari-hari, salah satu teknologi tersebut adalah teknologi informasi berbasis komputer yang cenderung lebih mudah, cepat diterima oleh masyarakat umum. Namun, tidak menutup kemungkinan bagi masyarakat yang belum bersentuhan dengan teknologi untuk mempelajarinya. Multimedia merupakan salah satu bentuk dari teknologi informasi, yaitu teknologi informasi yang menggabungkan gambar, tulisan, teks, suara, video, animasi menjadi sistem informasi interaktif yang berguna dalam pengambilan keputusan bagi penggunaannya. Sehingga penerima informasi akan merasa puas karena mendapatkan informasi yang akurat dan sekaligus menarik.

Media informasi elektronik berupa video company profile dinilai lebih efektif dibandingkan dengan media cetak. Video company profile dinilai lebih efektif karena pengemasannya lebih menarik dan dapat menggambarkan secara lebih jelas dan detail. Dari segi pendistribusian, media informasi berupa video company profile juga lebih efisien karena dapat dicantumkan dalam sebuah presentasi ke publik. Video company profile dapat digunakan di berbagai tempat, mulai melengkapi presentasi kemudian di tampilkan di gedung kantor serta di unggah di internet. Video company profile dapat digunakan untuk sarana promosi suatu produk atau jasa. Selain itu, video company profile juga dapat digunakan sebagai prasarat mengikuti event tertentu seperti pameran, bursa, seminar, dan workshop.

Promosi yang sedang berjalan saat ini adalah menggunakan brosur, spanduk MMT, melalui radio, memuat iklan di forum jual beli dan pameran. Media promosi yang sudah berjalan sudah ada informasi, gambar dan katalog mini. Akan tetapi dengan media promosi yang diatas promosi kurang efektif karena brosur, spanduk, pameran memiliki sifat direct marketing yang jangkauannya kurang luas dan kemampuan imajinasi pembaca untuk menikmati dan memahaminya, iklan di radio yang memiliki batas waktu, serta terkendala dalam presentasi ke customer karena media promosi yang kurang spesifik memperkenalkan produk

Desa Wadasmalang adalah sebuah desa dikecamatan Karangsambung kabupaten Kebumen provinsi Jawa Tengah yang berlokasi disisi utara kota kebumen dengan jarak sekitar 17 kilometer dari kota Kebumen, terletak di sisi utara yang letaknya sebagian besar adalah perbukitan dan sungai, desa Wadasmalang memiliki destinasi wisata alam yang sangat menarik untuk di ketahui masyarakat luas.

Berdasarkan peninjauan yang dilakukan penulis pada objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa desa Wadasmalang sudah memiliki video *company profile* tetapi dalam video *company profile* sebelumnya di anggap belum sepenuhnya membantu dikarenakan ada potensi wisata alam yang baru dibuka yang belum terpublikasi dalam video *company profile* yang sebelumnya dan video *company profile* sebelumnya belum di publikasikan di media social apapun. Dari permasalahan tersebut maka penulis mengusulkan adanya pembuatan video *company profil* pada desa Wadasmalang untuk menciptakan suatu *image* desa dan dapat dipublikasikan. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul “ **Pembuatan Video Company Profile Desa Wadasmalang sebagai Media Informasi** ”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah “Bagaimana Pembuatan Video *Company Profile* sebagai Media Informasi pada Desa Wadasmalang?”

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup kedalam lingkup yang lebih kecil:

1. Penelitian ini dilakukan di desa Wadasmalang.
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *live shoot*.
3. Sumber data diambil langsung dari desa Wadasmalang.
4. Video *Company Profile* nantinya akan di upload di media sosial instagram dan youtube yang dimiliki oleh desa Wadasmalang.
5. Materi Resolusi dari video ini adalah FullHd 1080p 50fps dengan codex H.264 dan berekstensi \*.mp4.
6. Target durasi dari video *Company Profile* ini kurang lebih berdurasi  $\pm$  2 menit.
7. Tahap penelitian berakhir sampai video diserahkan ke pihak desa Wadasmalang.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Sebagai syarat kelulusan dan gelar sarjana komputer di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Membuat Video *Company Profile* sebagai media Informasi desa Wadasmalang.
3. Memberikan informasi yang jelas pada masyarakat luas. Adapun tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah: Menampilkan informasi mengenai profil desa Wadasmalang serta potensi yang dimiliki secara lengkap dan jelas.
4. Membuat media informasi pada desa Wadasmalang dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang.

### 1.5 Manfaat Penelitian

#### 1.5.1 Manfaat Penelitian Bagi Desa Wadasmalang

1. Dengan menggunakan media informasi audio visual, masyarakat akan mendapatkan informasi lebih jelas tentang desa Wadasmalang.
2. Sebagai media informasi dan promosi untuk menarik minat masyarakat luar untuk mengetahui apa saja potensi yang ada di desa Wadasmalang.

3. Melalui pembuatan video *company profile* ini di harapkan dapat meningkatkan nilai jual untuk desa Wadasmalang.

### **1.5.2 Manfaat Penelitian Bagi Peneliti**

Sebagai syarat kelulusan dan menempuh gelar sarjana di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

### **1.6 Metode Penelitian**

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan masalah yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan adalah:

#### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Berdasarkan metode pengumpulan data, peneliti menggunakan metode sebagai berikut :

##### **1. Metode Observasi**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti dan pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini yaitu pengamatan dilakukan langsung di desa Wadasmalang.

##### **2. Metode Wawancara**

Metode pengambilan data dilakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan kepala desa Wadasmalang untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

##### **3. Metode Literatur.**

Metode ini sendiri di lakukan dengan mempelajari teknik pembuatan video *Company Profile* yang bersumber dari internet, ebook, artikel dan jurnal.

#### **1.6.2 Metode Analisis**

##### **1. Kebutuhan Fungsional**

Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang berhubungan langsung dengan penelitian ini.

## **2. Kebutuhan Non Fungsional**

Kebutuhan non fungsional bertujuan untuk mengetahui perangkat keras dan perangkat lunak apa saja yang digunakan selama pembuatan video.

### **1.6.3 Metode Pengembangan**

Peneliti melakukan metode pengembangan dengan melakukan pra produksi akan dilakukannya perancangan ide cerita, *synopsis*, *scenario*, *story board*. tahapan produksi yang meliputi persiapan alat, pengambilan data, pembuatan jadwal, pengambilan video, setelah itu, tahap selanjutnya yaitu tahap pasca produksi yang meliputi riviw hasil editing hingga tahap finishing berupa rendering dan distributing.

### **1.6.4 Metode Evaluasi**

Dalam tahap evaluasi dilakukan pengujian informasi dan tampilan. Apabila ada kesalahan, media akan dibetulkan. Pada tahap evaluasi ini menggunakan metode pengujian dan pembahasan informasi serta teknik yang dapat diterapkan pada video *Company Profile* desa Wadasmalang, sehingga visualisasi informasi dan tampilan dapat dipahami oleh *audience*.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Secara garis besar penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan perincian sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pertama ini akan membahas Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab kedua berisi kumpulan teori-teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi.

#### **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan, termasuk analisis kebutuhan dan uraian tentang proses perancangan *Video Company Profile*.

#### **BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat berisikan tentang tahap produksi, termasuk pengambilan gambar, proses editing, compositing, rendering, testing, dan implementasi.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab terakhir menjelaskan kesimpulan apa yang sudah diterangkan pada bab-bab sebelumnya dan saran-saran perbaikan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas penulis guna menghasilkan karya yang lebih baik dan juga bermanfaat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

