

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Entrepreneur Campus adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produk dan jasa yaitu wirausaha, mengajarkan bagaimana cara berwirausaha yang baik dan benar melalui pelatihan, membuat event wirausaha untuk memperkenalkan usahanya kepada orang lain dan wisuda wirausaha untuk yang telah membuka usahanya sejak lama.

Cara promosi yang dilakukan Entrepreneur Campus saat ini adalah melalui radio, dan melalui media sosial. Lewat radio mereka menjadi juru bicara tentang wirausaha dan mengundang para wirausahawan untuk mempromosikan usahanya. Sedangkan lewat media sosial mereka membuat suatu tulisan yang berisi tentang wirausaha yang mengajak bergabung dengan mereka untuk belajar menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Namun promosi yang dilakukan Entrepreneur Campus saat ini masih kurang, karena cara yang dilakukan hanya lewat kata-kata dan tulisan, sehingga tidak melihat secara langsung kegiatan apa saja yang dilakukan oleh Entrepreneur Campus, yang membuat masyarakat di kawasan Yogyakarta khususnya mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta belum begitu mengenal dan percaya cara kerja yang dilakukan oleh Entrepreneur Campus saat ini. Dengan adanya permasalahan tersebut, diharapkan dengan adanya media promosi dengan berbasis pada multimedia melalui Presentasi berbasis multimedia, akan berpengaruh pada jangkauan penyebaran informasi tentang Entrepreneur

Campus di kawasan Yogyakarta khususnya pada mahasiswa STMIK AMIKOM Yogyakarta. Misalnya saja dengan cara mempresentasikan video promosi melalui Seminar Nasional tentang wirausaha yang ada di Yogyakarta. Sehingga peminat untuk masuk didalamnya akan lebih banyak dan juga dapat meningkatkan branding Entrepreneur Campus yaitu menjadi pusat tempat wirausaha di Yogyakarta.

Melihat latar belakang diatas, mendorong penulis untuk melakukan penelitian tentang pembuatan video promosi untuk Entrepreneur Campus sesuai dengan perkembangan teknologi yang digunakan saat ini yaitu multimedia, yang akan dilanjutkan untuk pembuatan skripsi yang diberi judul Analisis dan Perancangan Video Promosi sebagai Media Branding dan Presentasi Entrepreneur Campus Yogyakarta.

1.2. Rumusan Masalah

Setelah melihat dan mengkaji latar belakang diatas, maka menyimpulkan rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : "Bagaimana merancang sebuah video promosi sebagai media branding dan presentasi yang menghasilkan informasi yang bermanfaat ? "

1.3. Batasan Masalah

Sesuai dengan tema yang di angkat dan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian ini, maka batasan masalah yang akan di pelajari memberikan pengetahuan mengenai dasar – dasar editing video, editing audio, dan colouring video dengan menggunakan komputer pribadi . Agar menjaga

pembahasan dalam penulisan ini tidak meluas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan maka pembahasan akan dibatasi pada hal :

1. Ruang lingkup penelitian adalah membahas semua kegiatan Entrepreneur Campus untuk branding dan presentasi .
2. Software yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah Adobe Premierre CS6 .
3. Bahan pembuatan video yang digunakan merupakan pengambilan gambar video kegiatan dan foto kegiatan Entrepreneur Campus.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Sebagai syarat kelulusan program S1 serta untuk memperoleh gelar sarjana di STMIK Amikom Yogyakarta pada jurusan Sistem Informasi.
2. Sebagai media penerapan dan pengembangan ilmu yang didapat selama masa studi di STMIK Amikom Yogyakarta dengan konsentrasi multimedia broadcasting.
3. Agar mendapat memperoleh gambaran secara nyata bagaimana cara mempromosikan produk dan jasa lewat video untuk dipresentasikan.
4. Sebagai media penerapan ilmu serta uji coba kerja sebelum terjun ke dunia kerja yang lebih mempunyai daya saing tinggi.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

1. Untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang di dapat selama masa studi di STMIK Amikom Yogyakarta pada jurusan Sistem Informasi dengan konsentrasi Multimedia Broadcasting.

2. Untuk mendapat gambaran secara nyata tentang tahap-tahap produksi sebuah video promosi.
3. Untuk mengetahui tingkat kemampuan penulis dalam merancang dan membuat sebuah presentasi dengan standar broadcasting, sebagai bekal di dunia kerja yang semakin berkembang dengan persaingan yang tinggi di era globalisasi.
4. Sebagai syarat kelulusan dan syarat mendapatkan gelar sarjana Strata 1 pada jurusan Sistem Informasi STMIK Amikom Yogyakarta.
5. Pengalaman yang didapat sewaktu-waktu akan berguna untuk pembuatan video promosi berikutnya

b. Bagi Entrepreneur Campus

Sebagai media branding dan presentasi yang dapat membantu dalam publikasi untuk pengenalan cara kerja Entrepreneur Campus sehingga banyak peminat yang bergabung didalamnya.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang akurat, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis mengembangkan berbagai metode pengumpulan data dalam penelitian skripsi ini yaitu :

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis dilapangan dengan cara melihat proses cara kerja Entrepreneur Campus.

2. Metode Interview (wawancara)

Merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi dari seorang yang berwenang dalam instansi tersebut secara langsung.

3. Kepustakaan

Metode dengan perolehan data dari buku-buku yang telah diterbitkan atau literatur-literatur yang merupakan sumber pengetahuan teori mengenai cara pembuatan video promosi dimana semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini penulis susun dengan format sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok masalah yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang pengertian multimedia dan broadcast dalam film, serta teori mengenai tahapan proses yang diantaranya penjelasan teori tentang kru (pelaksana produksi film), penjelasan tentang peralatan, teknik pengambilan gambar, pembahasan tentang teknik – teknik pergerakan kamera dan lensa, kamera angel, perangkat multimedia dan broadcasting yang di gunakan. Dasar – dasar editing dalam proses editing video dan software yang di gunakan dalam proses editing video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan tentang konsep video promosi yang penulis bahas, profil singkat Entrepreneur Campus, dan analisis mengenai pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang akan membahas proses pembuatan video promosi dari hasil analisis yang telah dibahas pada BAB III, yaitu pada tahap Produksi dan Pasca Produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi laporan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi referensi-referensi yang digunakan dalam pembuatan video promosi.

