

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu teknologi sekarang sangat pesat, khususnya dalam bidang informatika. Seiring dengan perkembangan zaman, sehingga memaksa masyarakat luas untuk menikmati kemudahan perkembangan teknologi tersebut. Peranan informasi yang cepat dan akurat juga menghasilkan peranan penting dalam mengambil keputusan. Terutama dibidang komputer yang sekarang banyak disorot oleh masyarakat luas dan berperan penting dalam penyampaian informasi. Sejalan dengan hal tersebut, sekarang ini dapat diatasi dengan dikembangkannya berbagai sarana teknologi mutakhir. Pengaruh besar dalam bentuk alat bantu mempromosikan suatu instansi berupa pembuatan video company profile [1]. Saat ini, banyak instansi yang menggunakan media video untuk menginformasikan tentang keberadaan instansi tersebut.

Seiring ditemukanya banyak alat baru yang mendukung dalam pembuatan video, maka video itu sendiri juga mengalami perkembangan. Video merupakan salah satu media untuk mempermudah penyampaian informasi, karena video memiliki kelebihan dengan menggabungkan antara pandangan, suara, dan gerakan. Sehingga seiring berkembangnya teknologi, video juga banyak digunakan dalam periklanan. Iklan merupakan bentuk komunikasi yang memotivasi seseorang untuk membeli barang atau jasa, atau berfikir dan bertindak sesuai dengan keinginan pemasang iklan.

Kopi Tlahap atau yang dikenal dengan Kopi Posong yaitu nama sebuah tempat wisata di wilayah Tlahap. Tumbuhan Kopi bertujuan untuk mengurangi erosi dan sebagian untuk pengasilan tambahan bagi warga. Kopi yang berada di Desa Tlahab merupakan bantuan dari dinas perkebunan pada tahun 1999 yang berjenis arabica. Perkembangan dan pemrosesan dari biji kopi menjadi bubuk kopi yaitu pada tahun 2010. Berdasarkan latar belakang diatas maka dibuat iklan untuk kopi yang berada di Desa Tlahab, sekaligus dilakukan penelitian dan penyusunan skripsi, yaitu *"Perancangan Video Compay Profile Kopi Posong Menggunakan Adobe Premier"*.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah mengkaji dan melihat latar belakang yang dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: "Bagaimana Merancang dan Membuat *video company* profile kopi posong?"

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan ini perlu dibuat batasan masalah agar persoalan yang dihadapi lebih terarah, pembahasan tidak terlalu lebar dan untuk memudahkan dalam penyelesaiannya. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya :

1. Menerapkan penggabungan live shoot dan teknik motion graphic menjadi sebuah iklan.
2. Objek penelitian ini memperlihatkan produk-produk kopi dalam kemasan dan cara pemrosesan kopi dari awal petik sampai menjadi bubuk siap disajikan.

3. Video ini akan menampilkan output berupa gambar 2 dimensi dan suara yang menarik bagi para konsumen.
4. Iklan ini dibuat untuk ditayangkan melalui media social Instagram
5. Video nantinya akan diserahkan kepada pihak pemilik kopi posong .
6. Software yang digunakan yaitu : *Adobe illustrator* untuk modeling 2 dimensi, *Adobe after effect*, *Adobe Premier* sebagai penghubung antar video.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

“Merancang dan Membuat video company profie kopi posong menggunakan Teknik *motion graphic* dan penggabungan *live shoot* sebagai media untuk pembuatan video promosi”

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan langsung ke pengelola / pemilik secara cermat , serta mencatat secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti.
2. Metode Wawancara Yaitu kegiatan yang bertujuan memperoleh informasi dari seorang narasumber yang dilakukan dengan cara melontarkan pertanyaan kepada narasumber terkait suatu isu atau topik tertentu yang dibahas dan.mendapatkan informasi langsung dari pemilik, dan konsumen yang menikmati Kopi

3. Metode Kepustakaan adalah Mengumpulkan data dengan membaca buku yang berkaitan dengan tema judul skripsi yang diambil. Pengumpulan data dengan metode kepustakaan akan menambah referensi materi yang akan dituangkan dalam penulisan skripsi ini.

1.5.2 Metode Analisis

1. Analisis Kebutuhan Fungsional

Dalam penelitian ini, akan menggunakan analisis kebutuhan fungsional yang menjelaskan tentang kebutuhan dari video yang akan dibuat.

2. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Pada penelitian ini, akan menggunakan analisis kebutuhan non fungsional yang berkaitan dengan kebutuhan pendukung dari video

3. Analisis SWOT

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. Karena metode analisis SWOT tersebut merupakan metode yang tepat untuk menganalisa tujuan dalam perusahaan dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menguntungkan dan merugikan dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut.

1.5.3 Metode Pengembangan

Dalam metode perancangan pembuatan video iklan ini melalui beberapa tahapan yaitu:

1. Tahap Praproduksi
2. Tahap Produksi

3. Tahap Pascaproduksi

1.6 Sistematika Penulisan

Secara sistematis isi dari laporan ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tinjauan pustaka, dasar teori yang digunakan, dan langkah langkah pengembangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis masalah, solusi-solusi yang dapat diterapkan, solusi yang dipilih, analisis kebutuhan, dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil video yang akan di serahkan kepada pemilik kopi posong berbentuk video Panjang dan pendek untuk bahan promosi

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan isi laporan dan saran-saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan dalam video company profile.

DAFTAR PUSTAKA

