

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Yussuf Tailor merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa jahitpakaian yang berlokasi di Jl.UripSumoharjo No.103, Klitren, Kec.Gondokusuman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Yussuf Tailor membutuhkan suatu gagasan untuk mengenalkan Yussuf Tailor melalui *video company profile*. Tidak dipungkiri di era modern ini persaingan bisnis sangatlah ketat. Pemilik Yussuf Tailor ingin memaksimalkan penyampaian informasi tentang Yussuf Tailor kepada konsumen atau calon konsumen dengan menyetujui pembuatan *video company profile* yang diajukan oleh penulis. Teknik yang digunakan oleh penulis untuk pembuatan *video company profile* adalah teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

Menurut (Agustrijanto, 2001: 134) *Company profile* atau profil perusahaan dapat diartikan sebagai gambaran khusus tentang sebuah perusahaan yang bekerja secara teratur dengan tujuan untuk mencari keuntungan yang menyiratkan jiwa berusahadari perusahaan tersebut. *Company profile* memang identik sebagai kerangka dasar berbisnis antar perusahaan, meski bisa saja ditujukan kepada target audience individual, atau kelompok tertentu dengan pertimbangan-pertimbangan khusus [1].

Menurut Prakoso

(2010),

*Live*

*Shoot* adalah pengambilan gambar bergerak secara langsung dimana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting. Pengertian *live shoot* itu sendiri adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadukan dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada saat proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah cerita yang bisa membuat penontonnya terpancung [2].

Menurut Curran (2000), *Motion graphic* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi desain grafis profesional dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi dan internet. Pada dunia perdagangan, informasi, dan hiburan adalah suatu tantangan, ketika di mana pemirsanya/audience memutuskan apakah tidak akan untuk saluran keluar dari situs web, atau ketika menonton trailer untuk melihat film. Maka dari itu sudah diperlukan strategi, kreativitas, dan keterampilan dari seseorang desainer broadcasting, desainer judul film dan animator dalam *seni motion graphic* [3].

Melalui pembuatan *video company profile* Yussuf Tailor ingin memaksimalkan penyampaian informasi tentang Yussuf Tailor

kepada konsumen atau calon konsumen dengan memberikan informasi tentang jasa yang ditawarkan oleh pihak Yussuf Tailor serta memperbarui media promosi Yussuf Tailor Yogyakarta.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "Bagaimana Membuat Video *Company profile* Yussuf Tailor Yogyakarta?".

### 1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Teknik yang digunakan dalam perancangan pembuatan video tersebut yaitu dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*
2. Software pendukung menggunakan Adobe Premiere Pro 2020.
3. Penayangan *company profile* ini akan ditayangkan di Youtube.
4. Hasil penelitian pembuatan video *company profile* ini di implementasikan ke batasan tayangan di Youtube dengan durasi videonya 03.30 detik dan untuk resolusinya 1080p.
5. Hasil penelitian video *company profile* ini akan diserahkan kepada Yussuf Tailor Yogyakarta.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuandilakukannyapenelitianiniadalah :

1. Memenuhipersyaratanuntukmenyelesaikan program Strata 1 SistemInformasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membuat video *Company Profile*sebagai media promosi dan informasiYussuf Tailor Yogyakarta.
3. Untukmenghasilkanebuah video promosi yang dapatdigunakansebagai media penyampaianinformasikepadamasyarakat agar Yussuf Tailor lebihdikenal di masyarakatluas.

## 1.5 MetodePenelitian

Dalampembuatanskripsiiniadabeberapametodesebagaberikut :

### 1.5.1 MetodePengumpulan data

MenurutRiduwan (2010:51) pengertianariteknicmetodepengumpulan data ialahteknikataucara-cara yang dapatdigunakan oleh penelitiuntukmengumpulkan data [4].

#### 1. Metode Interview

MenurutP.JokoSubagyó (2011:39) Interview adalahsuatukegiatan yang dilakukanuntukmendapatkaninformasisecaralangsungdenganmengungkap kanpertanyaan-pertanyaan pada para responden.

Wawancara bermakna berhadapan langsung antara interview dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan [5].

Metode interview ini dilakukan guna untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian dengan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada pimpinan CV. Yussuf Tailor Yogyakarta untuk mendapatkan informasi tentang tailor tersebut.

## 2. Metode Observasi

Menurut Sugiyono (2009:144) Observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain [6].

Metode ini dilakukan untuk mengamati langsung Yussuf tailor agar mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang ada di tailor tersebut.

## 3. Metode Dokumentasi

Menurut Hamidi (2004:72) Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perora

ngan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian [7].

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang bersifat penting seperti, foto-foto saat pengambilan video *company profile* dan lain-lain yang nantinya akan dilampirkan dalam laporan.

### 1.5.2 Metode Analisis SWOT

Tahap analisis diperlukan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi masalah yang ada berupa analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis ini disebut dengan SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Menurut Fajar Nur'aini [8], analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk dapat mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada perusahaan. Pada dasarnya analisis ini berdasarkan faktor internal perusahaan yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta faktor eksternal perusahaan yaitu peluang dan ancaman dari lingkungan luar. Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman [8].

### 1.5.3 Metode Perancangan

Dalam buku J.B. Wahyudi 18, proses produksi terdapat bagian utama, yaitu sebagai berikut :

1. Tahap Pra-produksi adalah semua kegiatan sampai dengan pelaksanaan liputan (shooting), yang termasuk kegiatan pra-produksi antara lain penerangan ide (gagasan) kedalam outline, pembuatan format/scenario/treatment, script, storyboard, program meeting, hunting (peninjauan lokasi liputan), dan lain-lain.
2. Tahap produksi adalah seluruh kegiatan liputan (shooting) baik di studio, lapangan, atau di studio maupun di lapangan. Proses liputan (shooting) juga disebut taping. Setelah perencanaan dan persiapan selesai, maka dilaksanakan produksi.
3. Tahap Pasca-Produksi adalah semua kegiatan setelah liputan/shooting/taping sampai materi itu dinyatakan selesai dan siap disiarkan atau diputar kembali. Yang termasuk kegiatan pasca-produksi antara lain editing (penyuntingan), manipulating (pengisian suara), subtitle, title, ilustrasi, efek, dan lain-lain [9].

## 1.6 Sistematika Penulisan

Secara garis besar pada bagian ini dituliskan urutan-urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikut ringkasan mengenai masing-masing bab, sebagai berikut :

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Dalam bab ini merupakan pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini, meliputi : latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori-teori yang ada kaitannya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar teknologi yang mendukung pembuatan *video company profile* tersebut.

## **BAB III**

### **ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan, tinjauan umum, perancangan *video company profile* dan media penyampaian *video company profile*.

## **BAB IV**

### **IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan membahas tentang perancangan konsep *video company profile* dan pengimplementasian hasil *video company profile*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**