

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Company Profile adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu *image* atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga, dan instansi terkait lainnya. [1] Selain itu, *video company profile* merupakan *marketing tool* audio visual yang efektif memperkenalkan dan menginformasikan tentang segala sesuatu penjelasan dan keunggulan yang telah dimiliki sebuah instansi atau perusahaan karena mengandung kelima unsur multimedia seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi. [2] Penggabungan antara unsur-unsur multimedia itu pun telah banyak digunakan, seperti penggabungan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*, dimana kedua teknik saling mengisi dalam menampilkan informasi. Teknik *live shoot* untuk menampilkan sesuatu yang bersifat nyata sedangkan teknik *motion graphic* memvisualkan sesuatu yang bersifat ilustrasi atau imajinatif.

Day Dreaming adalah sebuah restoran di Yogyakarta yang berkonsentrasi pada makanan betemakan sereal. Dalam mengembangkan bisnisnya, Day Dreaming juga melakukan promosi seperti perusahaan lainnya. Tahapan promosi yang dilakukan masih bersifat manual, seperti membagikan brosur juga memposting foto di media sosial. Berikut adalah contoh brosur dari Day Dreaming yang dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Gambar Brosur Day Dreaming

Media yang ada saat ini dirasa sudah cukup, akan tetapi ada beberapa keunggulan dari restoran ini yang tidak bisa ditampilkan melalui media cetak maupun gambar, seperti mekanisme dalam menyajikan menu makanan, detail tampilan menu, proses pelayanan, fasilitas yang tersedia, dan lain sebagainya.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis mengusulkan adanya pembuatan video *company profile* dalam mendukung penyajian promosi dan informasi dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul "Pembuatan Video *Company Profile* Day Dreaming sebagai Media Promosi dan Informasi". Melalui pengemasan visualisasi informasi dalam bentuk video, diharapkan akan mampu menyampaikan informasi tentang Day Dreaming secara jelas dengan beberapa ilustrasi yang menjelaskan keunggulan-keunggulannya. Teknik ini diharapkan dapat menyajikan visualisasi data menggunakan teks, gambar, video, audio, atau animasi dari suatu informasi secara sederhana tanpa mengurangi informasi yang ada, dengan dilengkapi narasi dan *background music* diharapkan agar lebih mudah diterima dan dipahami oleh *audience*.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis mencoba merumuskan masalah “Bagaimana Membuat Video *Company Profile* Day Dreaming sebagai Media Promosi dan Informasi?”.

1.3 Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam Pembuatan Video *Company Profile* Day Dreaming sebagai Media Promosi dan Informasi ini adalah sebagai berikut:

1. Materi video *company profile* ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi.
2. Objek penelitian video *company profile* ini adalah Day Dreaming.
3. Video *company profile* ini akan ditayangkan pada media *online* seperti *Youtube*.
4. Target durasi dari video ini kurang lebih 3 menit 22 detik.
5. Resolusi dari video ini adalah HD 720p 25fps dengan *codex* H.264 dan berekstensi **.mp4*.
6. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah faktor informasi dan kelayakan video.
7. Penguji dari hasil penelitian ini adalah karyawan Day Dreaming, dan praktisi Multimedia.
8. Tahap penelitian berakhir sampai video diserahkan ke pihak Day Dreaming.
9. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *Adobe Premiere Pro CC 2019* dan *Adobe After Effects CC 2018*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah media baru dalam promosi dan pemasaran, akan tetapi adapun tujuan yang lain adalah:

1. Membuat video *company profile* yang menjelaskan visi dan misi perusahaan.
2. Membantu memvisualisasikan mekanisme dalam menyajikan menu makanan, detail makanan, proses pelayanan, dan lain sebagainya yang ada pada Day Dreaming.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Pihak Objek

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sarana media promosi bagi Day Dreaming.
2. Membantu menyumbang sebuah media promosi yang diharapkan dapat membantu memvisualisasikan informasi tentang perusahaan kepada konsumen.

1.5.2 Bagi Peneliti

1. Memenuhi persyaratan kurikulum jenjang S1 Universitas Amikom Yogyakarta
2. Menerapkan ilmu bidang multimedia yang didapat selama mengikuti pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Sebagai penunjang keakuratan dalam melakukan penelitian ini, maka penulis mengambil beberapa metode yaitu: [3]

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak pemilik usaha, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari berbagai buku referensi yang berkaitan dengan penelitian.

3. Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti untuk memperoleh data-data yang diperlukan penulis dalam melakukan penelitian.

4. Metode Literatur

Pengambilan data dengan menggunakan literatur yang bisa dipakai, seperti memanfaatkan fasilitas internet, yaitu dengan mengunjungi situs-situs web yang berhubungan dengan pembuatan video *company profile* dan teknik-teknik yang dipakai.

5. Metode Kuesioner

Pengumpulan data melalui penyebaran sekumpulan pertanyaan kepada responden, yang butir-butir pertanyaannya berhubungan dengan masalah penelitian dan mempunyai makna, guna menguji hipotesis.

1.6.2 Analisis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi. [4] Tidak hanya itu, untuk menunjang media yang akan dibuat, penulis juga menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional serta uji kelayakan.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan video *company profile* ini akan dilakukan dengan menerapkan sistem produksi multimedia, yaitu: [5]

1. Pra Produksi (Tema, Naskah, dan *Storyboard*)
2. Produksi (Pengambilan Gambar, Pembuatan Aset)
3. Pasca Produksi (*Compositing, Editing, Rendering*)

1.6.4 Evaluasi

Dalam tahap evaluasi dilakukan pengujian informasi. Apabila ada kesalahan, media akan dibenarkan dan di betulkan. Pada tahap evaluasi ini menggunakan metode pengujian dan pembahasan informasi serta teknik yang dapat diterapkan pada video *company profile* Day Dreaming, sehingga

visualisasi informasi dapat dipahami oleh *audience*.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ialah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pertama berisi tentang gambaran umum penelitian yaitu, 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 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 tentang garis besar atau kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.

LAMPIRAN