

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi bisa didapatkan melalui bidang multimedia, media cetak, atau bahkan hanya dari mulut ke mulut. Teknologi informasi di bidang media merupakan bidang yang paling berkembang dibanding bidang lainnya, selain karena mempermudah informasi yang didapat, masyarakat biasanya memanfaatkannya sebagai mata pencaharian, seperti dapat dimanfaatkan untuk menjadi promosi sebuah bidang usaha [1].

Informasi melalui bidang multimedia saat ini sudah banyak jenisnya, seperti melalui media audio, visual, dan audio visual. Di antara jenis bidang multimedia yang ada, media audio visual-lah yang paling diminati oleh para pebisnis untuk melebarkan usahanya. Dengan media audio visual seperti video, dapat mempromosikan visi, misi, dan produk suatu bidang usaha agar menjadi menarik, juga sekaligus memperkenalkan bidang usaha tersebut kepada konsumen agar mengenal dan tertarik untuk membeli atau menggunakan suatu jasa dan produk yang dihasilkan.

Video *Company Profile* adalah bentuk lain dari format audio visual berupa cuplikan-cuplikan video yang dipercantik dengan tampilan animasi dan grafis, ilustrasi music yang sesuai narasi, dan menampilkan host bila diperlukan. *Company Profile* sendiri berisi informasi seputar perusahaan, mulai dari sejarah berdirinya, visi dan misi, produk jangkauan atau tempat. Selain itu, video *company profile* juga merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* kepada masyarakat yang mana video *company profile* sendiri dapat diaplikasikan untuk presentasi, alat marketing, kebutuhan dokumentasi, dan publikasi perusahaan secara luas[2].

Video promosi biasanya sering digunakan oleh perusahaan besar,

perusahaan kecil, maupun perusahaan UMKM untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat, yang disebut video profil perusahaan (*Company Profile Video*). Pasca pandemi, banyak UMKM-UMKM yang mulai melebarkan usahanya melalui video profil perusahaan untuk memperkenalkan visi, misi, dan produk yang dihasilkan [3]

1.2 Profil

1.2.1 Profil Perusahaan



Gambar 1. 1 Amrta Batik

Amrta Griya Batik mengusung visi tekad melestarikan kebudayaan bangsa untuk itu kami ada. Bermula dari owner yang begitu cintanya terhadap batik dan suka mengoleksi berbagai macam motif batik yang ada di Indonesia oleh sebab itu tercetuslah ide untuk membangun usaha butik batik. Dengan mengusung konsep batik kekinian tetapi tidak lepas dari pakem batik klasik. Amrta hadir dengan ciri khas batiknya sendiri. Memiliki keunikan warna batik yang lain dari batik biasanya, Amrta berharap bisa menjadi salah satu destinasi belanja batik. Merambah dari pasar anak muda dengan model-model outfit batik yang kekinian sampai orang dewasa dengan batik elegant. Nilai proyek pembuatan video *Company Profile* ini kisaran diharga Rp. 1.000.000. Mengingat produksi untuk pembuatan video memerlukan alat dan bahan yang baik untuk menunjang hasil yang bagus.

1.2.2 Lokasi Amrta Batik

Berdiri pada tahun 2016 yang beralamat di Jl. Ringroad Utara, Pandean, Condong Catur, Sleman, DIY.



Gambar 1. 2 Maps toko Amrta Batik

Amrta Batik sudah mempunyai 2 cabang gerai yang berada di Lobby Hotel Cordela Kartika Dewi, Jl. Bhayangkara No.35, Ngampilan, Kota Yogyakarta dan di Lobby Grand Cordela Hotel Bandung, Jl. Soekarno-Hatta, Babakan, Penghulu, Cinambo, Kota Bandung, Jawa Barat.

1.2.3 Produk Perusahaan

Produk-produk yang ditawarkan Amrta Batik antara lain: kain batik berbahan katun primish, viscose, doby, sutra, paris dan tidak hanya kain saja, kami juga menyediakan souvenir untuk perusahaan, outfit batik, dan menyediakan jasa jahit untuk konsumen yang ingin mengcustom baju yang diinginkan.

Motif batik yang ada di butik Amrta berasal dari berbagai daerah yang ada di Indonesia, ada yang berasal dari Jogja, Solo, Cirebon, Madura, Pekalongan dan

daerah-daerah lain. Untuk harga yang di tawarkan bervariasi, mulai dari ratusan ribu rupiah sampai ada yang jutaan rupiah.



Gambar 1.3 Kain Katun Primish



Gambar 1. 4 Kain Doby



Gambar 1. 5 Kain Viscose



Gambar 1. 6 Produk Souvenir

1.2.4 Divisi Kerja



Gambar 1. 7 Divisi Kerja

1.2.4.1 Owner

Sebagai pemegang saham utama, owner berkewajiban untuk mendirikan dan mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misinya. Ia juga bertanggung jawab terhadap seluruh aset perusahaan, baik itu aset finansial maupun aset lainnya. Owner juga berhak untuk menentukan arah kebijakan perusahaan, serta mengambil semua keputusan penting yang akan diambil oleh perusahaan.

Adapun tugas dan tanggung jawab sebagai owner yaitu

- a) Memimpin perusahaan
- b) Membuat peraturan perusahaan
- c) Bertanggung jawab atas kerugian perusahaan
- d) Mengembangkan strategi bisnis
- e) Menyediakan anggaran untuk perusahaan
- f) Melakukan evaluasi
- g) Mengeluarkan keputusan

1.2.4.2 Manager

Tugas utama sebagai manager adalah menjaga agar performa toko tetap optimal. Performa toko yang dimaksud adalah memberikan pelayanan yang baik, mencapai target penjualan dan memastikan tingkat kepuasan pelanggan.

1.2.4.3 Produksi

Pada bagian produksi mengawasi jalannya produk dari pembuatan lalu sampai ke tangan konsumen. Hal yang ada di dalam produksi antara lain ada divisi *quality control* yang bertugas untuk mengecek apakah produk mempunyai kecacatan atau layak untuk di jual. Lalu ada divisi check bahan baku yang bertugas untuk memastikan bahan baku tersedia untuk di produksi.

1.2.4.4 Penjualan

Divisi penjualan diatasi langsung pada bagian *shopkeeper* yang bertugas sebagai berikut :

- a) Menyambut pelanggan yang datang
- b) Memberi pelayanan yang terbaik kepada pelanggan
- c) Menyampaikan informasi promo
- d) Menerima informasi dengan baik

1.2.4.5 Keuangan

Dalam bisnis butik, divisi keuangan bertujuan untuk melakukan penentuan arus keuangan dan melihat keuntungan atau kerugian yang diperoleh perusahaan pada suatu periode tertentu. Adapun tugas yang dilakukan divisi penjualan yaitu :

- a) Menjaga arus kas perusahaan

- b) Memaksimalkan keuangan perusahaan
- c) Mempersiapkan struktur modal
- d) Mengoptimalkan kelangsungan perusahaan

1.2.4.6 Marketing

Tugas departemen marketing untuk menjangkau prospek, pelanggan, investor, dan komunitas, sambil menciptakan citra menyeluruh yang mewakili perusahaan secara positif.

Bertanggung jawab atas kampanye pemasaran, memproduksi materi pemasaran dan promosi, menjalin kerjasama dengan vendor dan agensi luar, melakukan riset pelanggan dan pasar, memproduksi komunikasi internal.

1.2.4.7 Media

Pada divisi media yang bertanggung jawab langsung oleh seorang *content creator*. Adapun tugas dan tanggung jawab seorang *content creator* adalah sebagai berikut :

- a) Menulis, meninjau, mengedit, dan membuat konten untuk platform yang digunakan perusahaan untuk *marketing*.
- b) Melakukan riset dan *interview* untuk mempelajari tren terkini serta dalam pengembangan konten.
- c) Bekerja sama dengan tim kreatif untuk mempersiapkan materi promosi.
- d) Menggunakan media sosial untuk *consumer engagement*, merespons komplain, dan mempromosikan produk/layanan perusahaan.
- e) Berkolaborasi dengan departemen internal untuk melakukan *campaign* mulai dari proses hingga evaluasi.
- f) *Monitoring* media sosial dan *company website*.

g) Meningkatkan *traffic* melalui konten yang dibuat.

1.3 Landasan Teori

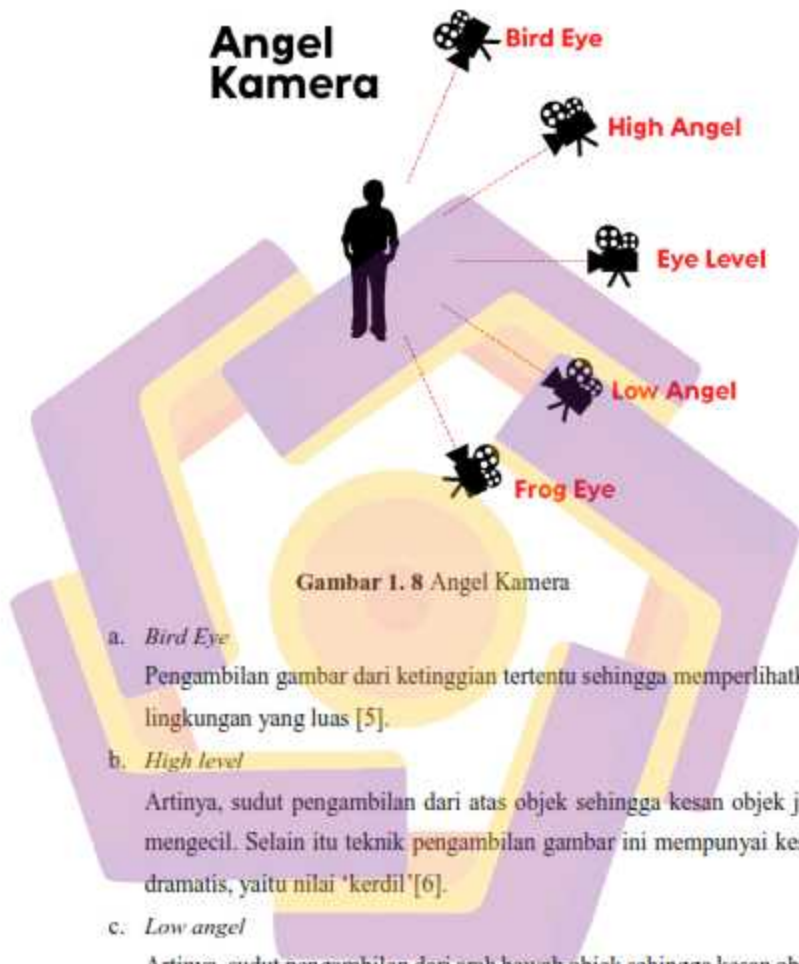
Menurut [1] dalam pembuatan video profil perusahaan, perlu dilakukan dengan mengidentifikasi perkiraan kebutuhan, mempelajari literatur dan meneliti dalam skala kecil. Peneliti mengumpulkan data dari perusahaan dan observasi yang ada di perusahaan tersebut. Dalam pembuatan video profil perusahaan, perlu juga dilakukan dengan beberapa teknik, seperti teknik pengambilan gambar (*shooting*) dan Teknik editing untuk memperjelas produk dan informasi kepada konsumen.

1.3.1. Company Profile

Video Profil Perusahaan atau Company Profile adalah dokumen berbentuk audio visual yang dibuat oleh praktisi Public Relations untuk memberikan gambaran keseluruhan tentang perusahaan. Isi company profile biasanya berisikan pengenalan perusahaan, sambutan dari dewan komisaris atau direktur utama, sejarah dan struktur organisasi, produk atau jasa yang ditawarkan, kinerja dan manajemen perusahaan, nilai aset dan kekayaan, pengembangan perusahaan, bisnis dan sumber daya manusia, prospek dan tantangan masa depan perusahaan, serta informasi mengenai kantor cabang dan alamat telepon[4]. Video *Company Profile* Amrta Batik berfungsi untuk memberikan representasi perusahaan Amrta Batik, yang dapat digunakan untuk membangun citra perusahaan.

1.3.2. Teknik Pengambilan Gambar (Shooting)

Teknik pengambilan gambar ini berguna untuk menentukan konsep pengambilan gambar di tiap scennya guna memberikan kesan yang seperti apa untuk viewer setelah menonton video tersebut. Adapun macam-macam teknik pengambilan gambar disesuaikan dengan *camera angle*:



Gambar 1. 8 Angel Kamera

- a. *Bird Eye*
Pengambilan gambar dari ketinggian tertentu sehingga memperlihatkan lingkungan yang luas [5].
- b. *High level*
Artinya, sudut pengambilan dari atas objek sehingga kesan objek jadi mengecil. Selain itu teknik pengambilan gambar ini mempunyai kesan dramatis, yaitu nilai 'kerdil' [6].
- c. *Low angel*
Artinya, sudut pengambilan dari arah bawah objek sehingga kesan objek jadi membesar. Sama seperti high angle, low angle juga memperlihatkan kesan dramatis, yakni *prominence* (keagungan) [6].
- d. *Eye level*
Yaitu pengambilan gambar diambil dari bawah si objek [5].
- e. *Frog eye*
Yaitu sudut pengambilan gambar ini diambil sejajar dengan permukaan

tempat objek berdiri [5].

Setelah dilihat dari sudut pengambilan gambar, ukuran gambar juga harus diperhatikan untuk tujuan pengambilan gambar, menunjukkan tingkat emosi, situasi, dan kondisi dari objek gambar. Adapun beberapa macam ukuran gambar antara lain:

- a. Extreme close up
- b. Big close up
- c. Medium close up
- d. Medium shot
- e. Full shot
- f. Long shot
- g. One shot
- h. Two shot
- i. Group shot

1.3.3. Teknik Editing Video

Untuk aplikasi yang digunakan dalam proses *editing* video yaitu memakai aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2020. Proses *editing* dimulai dari memasukkan bahan video ke bagian *library* lalu pilih bagian yang akan dimasukkan ke *timeline*. Beberapa dasar teknik *editing* yaitu:

- a. Cut

Jenis transisi yang menggunakan dua shot dalam dua adegan berbeda secara langsung.



Gambar 1. 9 Cut

b. Dissolve

Transisi shot dimana sebelum beganti ke shot selanjutnya, shot yang sebelumnya akan bertumpuk sejenak dengan shot selanjutnya.



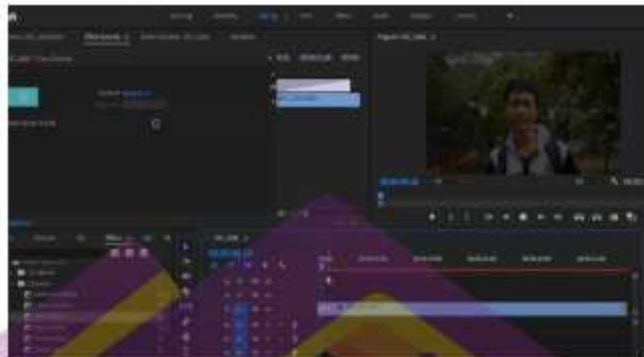
Gambar 1. 10 Dissolve

c. Fade

Fade terdapat dua jenis, yaitu:

- Fade In

Gambar yang perlahan muncul secara gradual.



Gambar 1. 11 Fade in

- Fade Out

Gambar yang perlahan hilang secara gradual.



Gambar 1. 12 Fade out

d. Wipe

Transisi shot dimana frame sebuah shot bergeser ke arah kiri, kanan,

atas, bawah atau lainnya hingga bergantimenjadi sebuah shot baru.



Gambar 1. 13 Wipe

Video memiliki beberapa ekstensi, diantaranya:

- a. AVI (Audio Video Interleaved)
- b. FLV (Flash Video)
- c. 3GP
- d. MP4
- e. WMV
- f. MKV (Matroska Video)