

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada jaman modern ini banyak sekali bakery ataupun restoran yang ada , mereka memiliki target pasar dan tujuan yang tidak sama,pada setiap bakery yang ada pasti memiliki cara sendiri untuk mengembangkan bisnis mereka termasuk promosi . setiap bakery pasti membutuhkan promosi untuk mengenalkan bisnis atau toko mereka kepada masyarakat luas. Hal itu membuat banyak sekali cara orang untuk mempromosikan bisnis mereka . promosi yang dilakukan harus se menarik dan se baik mungkin agar para calon pengunjung bisa tertarik untuk mengunjungi bakery tersebut.

Petit Paris Boulangerie adalah Perusahaan yang berfokus kepada roti perancis premium yang memiliki harga yang terjangkau. Petit Paris boulengeri pada beralamat di Jalan abubakar ali no 16 Kotabaru Gondokusuman Yogyakarta. Perusahaan ini berdiri pada bulan Agustus 2020. Petit Paris Boulangerie bergerak di bidang inter-company selling meliputi Jawa Tengah dan Yogyakarta dengan konsep Western Bread Artisan. Semua produk Bakery diproses langsung oleh tim terbaik dan ahli.

Berbicara tentang merek kami, kata "*Petit*" berasal dari bahasa Prancis yang artinya kecil atau mungil. Hal ini dilatarbelakangi oleh sebuah langkah kecil dimana kami mencoba berkiprah di industri kuliner tanah air. Berawal dari Yogyakarta di Jalan Tanjungtirto, Berbah, Sleman, Yogyakarta kami memulai langkah kecil untuk mewujudkan impian besar kami. Kami memilih Yogyakarta sebagai titik awal karena tujuan kami untuk memenuhi kebutuhan Yogyakarta dan Jawa Tengah akan produk berkualitas premium.

Media promosi yang baik dan menarik akan sangat bermanfaat

untuk bakery yang ingin memasarkan produk mereka, media promosi berupa Video Company Profile akan sangat membantu mengenalkan dan memasarkan bakery yang ada.

Video Company Profile merupakan video yang dibuat berisi gambaran umum sebuah perusahaan (Kumalasari, 2018) atau instansi yang ingin diketahui oleh masyarakat (Martono et al., 2018) atau sebagai fasilitas untuk melakukan kegiatan promosi di berbagai platform media sosial (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Pada penelitian tersebut, saya akan melakukan perancangan sebuah video yang bertema media promosi yang akan digunakan sebagai pengenalan Petit Paris Boulangerie. Media promosi tersebut akan dirancang menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CC, video tersebut berisi video company profile yang lengkap tentang Petit Paris Boulangerie dan beberapa Produk mereka yang menarik. Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, penulis menawarkan solusi dengan judul "Pembuatan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi Petit Paris Boulangerie" dengan tujuan membuat video company profile sebagai media promosi Petit Paris Boulangerie agar lebih di kenal dan menarik masyarakat untuk dating.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang diatas maka diambil kesimpulan bahwa Petit Paris Boulangerie memiliki keinginan untuk memiliki media informasi agar bakery lebih dikenal dan lebih ramai pengunjung.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian hanya tertuju pada Petit paris boulangerie Kotabaru.
2. Penelitian hanya fokus pada pembuatan video promosi menggunakan Teknik observasi pengumpulan data.

3. Video dibuat menggunakan software, Adobe premiere, Adobe Illustrator..

4. Pembuatan Video hanya bertujuan untuk mempromosikan dan mengenalkan Petit Paris Boulengerie, yang akan ditunjukkan ke jejaring sosial

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari dibuatnya penelitian ini adalah:

1. Membantu mengatasi masalah tentang promosi secara online dengan merancang sebuah video promosi.
2. Dapat meningkatkan jumlah rasa penasaran ataupun minat masyarakat yang lebih luas terhadap produk yang berada di Petit Paris Boulengerie.
3. Dengan adanya video yang dibuat, semoga pengunjung yang datang ke bakery bisa lebih banyak dan ramai

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian

1. Membuat Petit Paris Boulengerie lebih dikenal masyarakat Yogyakarta
2. Memberikan video company profile yang baik dan menarik untuk bakery

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 BAB, yang terdiri sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat tinjauan pustaka dan dasar – dasar teori yang berkaitan dengan skripsi pada penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdapat gambaran umum tentang objek penelitian, alur penelitian, identifikasi masalah, studi pustaka untuk menyatukan materi yang ada kedalam skema aplikasi yang nanti akan dibuat, pengumpulan data yang menjelaskan beberapa metode pengumpulan yang digunakan dalam penelitian, metode analisis yang menjelaskan beberapa metode analisis yang digunakan dalam penelitian, metode MDLC yang digunakan untuk perancangan aplikasi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dari perancangan aplikasi yang telah dibuat pada bab sebelumnya, penjelasan beberapa pengujian yang dilakukan, dan pendistribusian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini memuat kesimpulan dari semua hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan juga saran – saran yang berkaitan dengan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar yang mencantumkan nama penulis, judul tulisan, penerbit, identitas penerbit, dan tahun terbit. Melalui daftar pustaka ini pembaca ataupun penulis dapat melihat sumber atau rujukan penulis dalam penulisan skripsi.

LAMPIRAN

Berisikan lembar tambahan yang bisa dilampirkan.