

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Lusyani (2016), media pengenalan sebuah perusahaan saat ini sangatlah dibutuhkan bagi perusahaan untuk strategi pemasaran, dimana sebuah produk dapat diperkenalkan kepada para calon konsumen yang ditargetkan. Saat ini, banyak perusahaan yang menggunakan media video untuk menginformasikan tentang keberadaan perusahaan tersebut. Video merupakan media yang paling lengkap, karena video mempunyai unsur gerak, visualisasi yang nyata, gambar, suara, dan juga unsur musik dalam satu unit atau yang disebut juga dengan Multimedia.[1]

Company profile merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya yang mengangkat *corporate value* (nilai perusahaan) serta *product value* (nilai produk) serta keunggulan perusahaan dibandingkan pesaing berdasarkan kedua value diatas. Video *company profile* dapat dijadikan sebagai alat marketing yang ampuh, ketika ditunjang dengan tampilan video yang menarik.[2]

Hayati Specialty Coffee adalah *coffee shop* yang beralamat di Jalan Demangan Baru No 6-7, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Coffee shop* ini memiliki konsep yang unik dalam interiornya. Selain desain dan dekorasi yang unik Hayati Specialty Coffee juga memberikan fasilitas berupa *free wi-fi*, stop kontak di setiap meja, dan ruangan khusus untuk merokok. Akan tetapi untuk

pengenalan *coffee shop* tersebut terhadap masyarakat umum masih mengandalkan media sosial berupa Instagram seperti gambar berikut.



Gambar 1.1 Media Sosial Hayati Specialty Coffee

(<https://www.instagram.com/hayaticoffee/>)

Maka dengan adanya permasalahan diatas penulis mempunyai ketertarikan untuk membuat video *company profile* sebagai media pengenalan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. *Live shoot* adalah teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung dan diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil *shooting*. Sedangkan *motion graphic* adalah grafis yang menggunakan animasi atau video untuk menciptakan ilusi gerak ataupun transformasi.[3] Dengan dibuatnya video *company profile* tersebut diharapkan dapat membantu dalam pengenalan dan promosi dalam bentuk skripsi yang berjudul “**Pembuatan Video Company Profile pada Hayati Specialty Coffee Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah “Bagaimana membuat video *company profile* menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada Hayati Specialty Coffee?”

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Hayati Specialty Coffee, di Jalan Demangan Baru No. 6-7, Demangan Baru, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281.
2. Video *company profile* ini menampilkan video audio visual yang berisikan pengenalan Hayati Specialty Coffee.
3. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video hanya *live shoot* dan *motion graphic*.
4. Pembuatan video *company profile* ini bersifat mandiri dan tidak melibatkan rumah produksi manapun.
5. Menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2018 untuk editing video, Adobe After Effect CC 2018 untuk kebutuhan *motion graphic*, Adobe Illustrator untuk mengolah grafis, dan Adobe Audition CC 2018 untuk editing suara.
6. Hasil pembuatan video *company profile* Hayati Specialty Coffee akan ditayangkan di stasiun lokal RBTB dan YouTube.

7. Resolusi video untuk RBTV 1080x720px mp4 dan YouTube 1920x1080px mp4.
8. Durasi video untuk RBTV 30 detik dan untuk YouTube ±4 menit.
9. Tahap penelitian berakhir ketika video diserahkan ke Hayati Specialty Coffee.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang Hayati Specialty Coffee.
2. Sebagai implementasi dari apa yang telah dipelajari saat perkuliahan.
3. Memaksimalkan perangkat yang dimiliki penulis.
4. Mengembangkan dan menambah wawasan pengetahuan di bidang multimedia, serta dapat menambah pengalaman tentang pengolahan data serta pengembangan profesi sehingga diharapkan nantinya dapat bersaing di industry multimedia.
5. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Strata I Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1.5.1 Bagi Hayati Specialty Coffee

1. Menyelesaikan masalah yang terdapat pada Hayati Specialty Coffee
2. Memberikan informasi produk yang dijual, fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Hayati Specialty Coffee kepada masyarakat umum.

1.5.2 Bagi Akademik

1. Menambah khasanah pustaka di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Sebagai materi evaluasi bagi pengembangan mutu Pendidikan maupun mutu lulusan di masa yang akan datang antara teroti-teori yang diberikan dalam kurikulum dan yang dibutuhkan di lapangan kerja.

1.5.3 Bagi Mahasiswa

1. Memperoleh gelar Sarjana Komputer
2. Menerapkan ilmu dan teori selama mengikuti Pendidikan ke dalam aplikasi nyata secara praktis guna membantu dan mendukung kemampuan beraktualisasi dalam penerapan ilmu di dunia nyata.
3. Untuk meningkatkan kreatifitas menciptakan suatu karya dengan memanfaatkan teknologi computer serta mengembangkan pola keilmuan dan membuka wawasan tentang ilmu pengetahuan baru yang sesuai dengan bidang teknologi informasi.

1.5.4 Bagi Masyarakat

1. Diharapkan masyarakat yang ingin berkunjung ke Hayati Specialty Coffee dapat mengetahui informasi tentang Hayati Specialty Coffee.
2. Diharapkan supaya memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta dalam membuat video profil.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan masalah yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan adalah:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Berikut ini metode pengumpulan data yang digunakan diantaranya: [4]

1. Metode Observasi

Pengumpulan data yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

2. Metode Wawancara

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang akurat dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian dengan mengadakan tanya jawab secara langsung yang berdasarkan pada tujuan penelitian dengan objek yang diteliti.

3. Metode Studi Pustaka

Merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku, jurnal dan internet sebagai bahan referensi.

1.6.2 Metode Analisis

Data yang sudah terkumpul dan diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, 2009) yaitu

strenghts, weaknesses, opportunities, threats. Disini penulis akan menganalisa tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di Hayati Coffee.

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*.

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

1.6.3 Metode Perancangan

Dalam tahap ini penulis menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan awal dalam pembuatan *video company profile* yaitu tahap pra produksi. Pada tahap ini dilakukan persiapan-persiapan yang dibutuhkan dalam pembuatan *video company profile* meliputi penentuan ide cerita, pengumpulan data, pembuatan storyboard dan pembuatan naskah.

1.6.4 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukan ulasan sementara produksi dan pasca produksi untuk menyesuaikan dengan konsep kebutuhan video dan menentukan hasil untuk masuk ke tahap selanjutnya yaitu pasca produksi.[5]

1. Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahap ini syuting dilakukan, suara direkam, pencahayaan diatur, dan kamera dipilih.
2. Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial. Pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek spesial, perekaman efek suara, percampuran audio dan video, dan penyerahan atau penyiaran.

1.6.5 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video untuk menentukan kelayakan penayangan di media televisi atau YouTube serta di media sosial seperti Instagram.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pemahaman tugas akhir tersebut maka penyusunannya harus terstruktur dan mudah dipahami, sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab, dengan perincian sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas berupa definisi-definisi berkaitan dengan ilmu atau masalah yang diteliti. Menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan video *company profile* ini.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi deskripsi singkat objek penelitian, menguraikan tentang analisis dan perancangan video *company profile* secara umum.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas paparan hasil-hasil yang diperoleh peneliti dalam melakukan penelitian, serta menyajikan data dari hasil uji coba produk hasil penelitian beserta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian berdasarkan teori dan teknik yang digunakan dalam pembuatan video *company profile*.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi referensi yang telah digunakan sebagai acuan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis maupun secara teoritis.