

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, warung makan sudah menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat. Hampir disetiap sudut kota dijumpai berbagai macam warung makan. Achmad Zainul Musthofa, pria kelahiran 1979 ini memulai karirnya dengan mengikuti jejak kakaknya dalam menggelolah bisnis warung makan. Pada tahun 2016 sebuah warung makan yang bernama Suka Rasa didirikan. Tahun ke tahun berjalan dan permasalahan mulai ditemukan. Masalah tersebut yaitu brand warung makan “Suka Rasa” masih kurang dikenal di kota Wonogiri, “kebanyakan pengunjung yang datang itu tahunya hanya dari temennya”, hal tersebut dikatakan sendiri oleh bapak Achmad Zainul selaku pemilik Suka Rasa. Hal ini terjadi karena dari awal didirikan perusahaan ini kurang mengekspansi media-media promosi, sejauh ini promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut dan melalui media sosial Instagram.

Sebuah perusahaan yang besar tentunya harus bisa mempunyai sebuah media promosi yang bisa merepresentasikan identitas perusahaan tersebut dan juga bisa menjadi alat untuk membangun citra konsumen pada perusahaan sehingga kepercayaan mereka terhadap perusahaan bisa bertambah. Untuk itu, warung makan Suka Rasa memerlukan suatu media promosi yang mempunyai sisi penyampaian yang cepat dan efisien dan juga pengemasannya bisa terlihat lebih profesional dibanding media cetak.

Jika dilihat dari beberapa keperluan tersebut, maka *company profile* merupakan salah satu media promosi yang paling cocok untuk digunakan. Selain sebagai media informasi, *company profile* ternyata bisa juga digunakan sebagai media promosi yang bisa lebih efektif dan praktis dibandingkan media lainnya karena bisa menyampaikan informasi dan promosi secara bersamaan secara cepat dan jelas

Selain itu, di era digital ini kebanyakan orang lebih suka menonton dan berinteraksi daripada diam, apalagi membaca. Menurut survei *Nielsen Consumer Media View* yang dilakukan di 11 kota di Indonesia pada tahun 2017, penetrasi TV masih di atas 96%, diikuti oleh Media Luar Ruang (53%), Internet (44%), Radio (37%), surat kabar (7%), tabloid dan majalah (3%). Keberadaan internet sebagai media dengan tingkat penetrasi yang relatif tinggi menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin gemar mengakses berbagai konten melalui media digital. Menurut *Nielsen Cross-Platform Report 2017*, lebih dari 60% konsumen dalam kelompok usia 21-49 sering melakukan pencarian tambahan setelah menonton iklan Video online, dan lebih dari 30% konsumen sering melakukan pembelian online[5]. Oleh karena itu, *company profile* ini dibuat dalam bentuk Video karena sebagian besar konsumen perusahaan ini adalah pebisnis yang sibuk dan membutuhkan sesuatu yang cepat dan mudah untuk menghemat waktu transaksi tanpa menanyakan secara detail tentang perusahaan atau produk, pasar, visi, misi dll. Hal ini dapat dipelajari secara singkat melalui video *company profile*. Konsumen perusahaan ini juga memiliki tingkat ekonomi menengah ke atas, yang berarti mereka memiliki perangkat yang dapat dengan mudah mengakses video *company profile* ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana merancang Video *Company Profile* sebagai media promosi untuk membuat masyarakat lebih mengenal warung makan Suka Rasa?”

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang digunakan peneliti agar pembahasan dalam penelitian ini tidak menyimpang dari pokok pembahasan, maka digunakan masalah sebagai berikut:

1. Menampilkan informasi perusahaan berupa, produk dan proses pengolahannya, kualitas pelayanan perusahaan serta keunggulan perusahaan.
2. Output yang dihasilkan berupa media penyampaian informasi berbasis multimedia dalam bentuk video *company profile*, dengan menggunakan Adobe Premier dan After Effects sebagai software pembangunnya.
3. Penayangan video *profile* ini akan di tayangkan di Instagram Suka Rasa untuk diperlihatkan kepada konsumen.
4. Hasil pembuatan video *profile* ini akan diserahkan kepada pihak Suka Rasa.

1.4 Tujuan Penelitian

Merancang sebuah video *company profile* sebagai media promosi untuk membuat masyarakat lebih mengenal tempat makan Suka Rasa

1.5 Manfaat Penelitian

1. Mahasiswa
Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya
2. Masyarakat
Masyarakat dapat lebih mengenal tentang perusahaan secara detail dan lengkap
3. Perusahaan
Perusahaan bisa lebih dikenal dan bisa mempromosikan profil perusahaan kejangkauan yang luas.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan informasi dan data yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Data Primer

- **Wawancara**

Metode tanya jawab langsung kepada pemilik perusahaan tersebut ataupun karyawan yang berpadu di Suka Rasa untuk mendapatkan informasi tentang perusahaan tersebut.

- **Observasi**

Observasi merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dilakukan melalui pengamatan. Observasi dilakukan peneliti secara langsung ketempat perusahaan tersebut, dengan memperhatikan kondisi lingkungan sekitar perusahaan, tujuannya yaitu untuk mendapat data pendukung perancangan video *company profile*.

1.6.1.2 Data Sekunder

- **Internet**

Metode ini dilakukan dengan cara melakukan penelitian terhadap data yang ada melalui jaringan internet dari artikel, situs maupun media sosial tentang Suka Rasa dan *company profile*

- **Metode Dokumentasi Data**

Dalam Metode dokumentasi data, metode untuk mempelajari dan memahami semua data yang telah terkumpul untuk mendapat memilah data yang akan digunakan dari informasi-informasi yang telah dikumpulkan. pengumpulan data perusahaan dilakukan dengan menggali, merekam, dan mengumpulkan data yang ada baik tulisan, audio yang meliputi suara, visual yang meliputi foto dan video.

1.6.2 Alat Pengumpulan Data

- **Alat Wawancara**

Alat yang digunakan dalam melakukan wawancara adalah pedoman wawancara seperti *handphone*, dan kamera serta catatan/memo guna mencatat informasi-informasi penting.

- **Alat Observasi**

Alat yang digunakan dalam observasi adalah kamera untuk melakukan dokumentasi.

1.6.3 Metode Analisis Data

Metode ini merupakan metode yang digunakan untuk membantu pengamatan pada objek penelitian berupa menganalisis suatu masalah. Metode yang akan digunakan penulis pada penelitian ini yaitu dengan metode analisis SWOT agar analisis yang dilakukan pada penelitian ini lebih tepat.

1. Analisis SWOT

Analisis kebutuhan dalam proses identifikasi pada penelitian tersebut.

2. Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional yaitu kebutuhan yang berhubungan langsung dengan penelitian tersebut.

3. Kebutuhan Non-Fungsional

Kebutuhan non-fungsional bermaksud untuk mengetahui hal-hal yang digunakan penulis, berupa perangkat keras dan perangkat lunak dalam pembuatan video *profile* tersebut.

1.6.4 Metode Perancangan

Penulis merancang video profil ini dengan tahap pengembangan sebagai berikut :

1. Tahap Pra Produksi, dalam tahapan ini penulis membuat strategi kreatif, konsep video, dan *storyboard*, dengan menyiapkan yang dibutuhkan guna mempermudah dalam pengambilan gambar.
2. Tahap Produksi, dalam tahap ini penulis memulai dengan menyiapkan kebutuhan yang akan digunakan dalam pengambilan gambar berupa kamera.
3. Tahap Pasca Produksi, pada tahap ini dimulai penulis dari *compositing*, melakukan proses *color grading*, dan pembuatan visual efek. Kemudian penulis akan melakukan *rendering* secara keseluruhan.

1.6.5 Metode Evaluasi

Metode evaluasi merupakan metode yang digunakan untuk menguji pada video profil yang dibuat dengan teknik *live shoot* pada Suka Rasa sehingga apa yang disampaikan sudah sesuai dengan cara membandingkan kebutuhan fungsional dengan hasil akhir dan Uji kuesioner pada hasil akhir video.

1.6.6 Metode Analisis

Metode implementasi akan dilakukan dengan cara melakukan penayangan kepada objek penelitian dan selanjutnya akan diunggah ke media sosial Instagram objek penelitian.

1.7 Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika yang dipergunakan dalam penulisan ini, penulis membagi ke dalam lima bab dengan tujuan untuk memudahkan penulis dalam pembahasan. Adapun penulisannya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah yang dijadikan dasar bagi penulis untuk merumuskan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode dan sistematika penulisan laporan.

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

Bab dua ini berisi teori-teori penjelasan umum tentang *company profile*, teori tentang video *company profile*, multimedia, tahap produksi, analisis masalah, dan Skala *Likert's*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tinjauan umum, analisis masalah, dan tahap pengembangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjelaskan alur perancangan dari produksi serta pasca produksi, evaluasi kebutuhan, dan implementasi .

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran yang didapat dari hasil pembuatan *video profile*.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisikan daftar referensi-referensi yang telah digunakan dalam penulisan dan pengembangan.

LAMPIRAN