

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak tempat usaha yang melakukan persaingan, mereka mempunyai cara sendiri untuk mempromosikan usahanya, dan memikirkan cara untuk bagaimana mendapatkan pelanggan dengan cara promosi yang baik. Tanpa melakukan promosi yang baik akan sangat kesulitan untuk menarik pelanggan yang datang. Saat ini bisnis di bidang kopi seakan menjadi trend dikalangan masyarakat Indonesia, baik dari kalangan mahasiswa, karyawan dan masyarakat umum.

*Company profile* memiliki peranan yang sangat penting, karena merupakan citra profesionalitas dari sebuah tempat usaha tersebut. *Company profile* dapat digunakan sebagai alat marketing yang efektif, karena didalamnya terdapat unsur multimedia dengan itu akan membuatnya lebih menarik.

Cerita Kopi Yogyakarta merupakan salah satu usaha dibidang kopi yang berada di Jl. Tentara Zeni Pelajar No.1-B, Kota Yogyakarta. Cerita Kopi Yogyakarta sendiri memiliki tagline berupa seduh apa hari ini, yang berarti memiliki ciri khas pada seduhan dari kopi mereka yang sangat diperhatikan dari cita rasanya. Semakin tingginya tingkat persaingan dibidang yang sama mendorong Cerita Kopi Yogyakarta untuk lebih mempromosikan diri dengan cara yang lebih inovatif yaitu melalui Video Company Profile, yang saat ini profil instansi di sajikan dalam muatan di majalah Jogja Coffee Magz serta media sosial, menampilkan profil instansi hanya di majalah kurang efektif,

dikarenakan tidak semua masyarakat memiliki majalah tersebut. Penyajian profil dalam media tersebut menjadi kurang eksklusif serta kurang diperhatikan.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka penulis mencoba untuk membantu pihak Cerita Kopi Yogyakarta dalam pembuatan *company profile* berbentuk video *motion graphic* dan *live shoot* sebagai media promosi dan informasi. Pada umumnya masyarakat lebih mudah menerima informasi melalui media yang interaktif dan komunikatif contohnya berupa video. Oleh karena itu penulis membuat suatu inovasi media promosi dengan menggabungkan visual dan video yang dikemas menjadi satu paket. Yang diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk datang ke Cerita Kopi Yogyakarta

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan, yaitu: Bagaimana merancang dan membuat sebuah video *company profile* Cerita Kopi Yogyakarta dengan menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, dibatasi hanya pada:

1. Teknik yang digunakan Live Shoot dan Motion Graphic.
2. Video *company profile* berdurasi 60 detik.
3. Hasil akhir diserahkan ke Cerita Kopi Yogyakarta.
4. Video ditayangkan di sosial media Cerita kopi Yogyakarta.

5. Penggunaan Motion Graphic sebagai effect tambahan dan penganimasian dalam penyampaian informasi.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.4.1. Maksud

Maksud dari penelitian ini antara lain :

1. Syarat kelulusan sebagai sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membuat video *company profile* untuk Cerita Kopi Yogyakarta sebagai media promosi dan informasi.
3. Mengimplementasikan teknik live shoot dan motion graphic pada perancangan dan pembuatan video *company profile*

### 1.4.2. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah:

1. Menampilkan promosi berupa informasi mengenai Cerita Kopi Yogyakarta.
2. Menjadi solusi promosi dan informasi Cerita Kopi Yogyakarta yang menarik dimata konsumen.
3. Membuat *company profile* yang dapat memeberikan nilai-niali positif dalam bentuk video dan akan disebarluaskan sebagai media promosi dan informasi.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam merancang dan membuat video company profile sebagai berikut:

1. Bagi Cerita Kopi Yogyakarta
  - a. Menjadikan hasil penelitian sebagai suatu masukan untuk menunjang media promosi dan informasi yang sudah berjalan sebelumnya.
  - b. Merupakan nilai tambah bagi Cerita Kopi Yogyakarta.

### 2. Bagi Peneliti

Menambah wawasan kepada peneliti, sekaligus menerapkan ilmu yang sudah diperoleh selama menduduki bangku kuliah. Dan juga sebagai mengaplikasikan dan mengembangkan ilmu-ilmu yang didapat di perkuliahan dan juga mengenali apa saja masalah dalam pembuatan video *company profile* tersebut.

### 3. Bagi Pembaca

Untuk menambah pengetahuan dan dapat juga sebagai *referensi* mengenai pembuatan video *company profile*

## 1.6 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian. Adapun metode-metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

### 1.6.1. Metode Pungumpulan Data

Menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Penulis menggunakan metode sebagai berikut:

### **1. Metode Pengamatan Langsung (observasi)**

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti. Dalam hal ini pengamatan dilakukan langsung di Cerita Kopi Yogyakarta.

### **2. Metode Wawancara (interview)**

Mengumpulkan data dengan cara melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Dalam hal ini penulis mewawancarai *owner* dari Cerita Kopi Yogyakarta

### **3. Metode Kepustakaan**

Pengumpulan data dengan menggunakan karya ilmiah dan buku sebagai referensi dalam pembuatan skripsi dengan tujuan agar memperoleh data-data yang relevan dengan penelitian.

#### **1.6.2. Metode Analisis**

Menganalisa untuk mengidentifikasi permasalahan, hambatan dan kebutuhan yang ada. Dalam hal ini penulis menggunakan metode analisis SWOT yang bertujuan untuk menganalisa sistem yang sedang berjalan sehingga penulis dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh Cerita Kopi Yogyakarta.

#### 1.6.4. Metode Perancangan

Tahapan ini menggambarkan bagaimana video akan terbentuk dengan cara membuat ide cerita, *storyboard*, dan naskah.

#### 1.6.5. Metode Pembuatan

Metode pembuatan terdapat 2 tahap yaitu produksi dan paska produksi. Pada tahap produksi yaitu merancang grafis dan audio. Sedangkan untuk tahap paska produksi adalah *editing/compositing, rendering dan finishing*.

#### 1.6.6. Metode Implementasi

Tahap dimana sebuah video *company profile* di serahkan kepada *owner* agar dapat digunakan untuk membantu mempromosikan dan menginformasikan Cerita Kopi Yogyakarta kepada masyarakat umum.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis kedalam beberapa bab sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan dari pembahasan, metodologi penelitian dan sistematika penulisan yang digunakan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas teori-teori yang didapat dari studi pustaka yang menjadi pedoman penting dalam penulisan skripsi. Teori yang akan diangkat yaitu mengenai video *company profile* sebagai media promosi dan informasi di Cerita Kopi Yogyakarta.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini berisi dimulai dari tinjauan umum, *tools* yang digunakan dan pada tahap pra produksi, menggunakan naskah, dan storyboard.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan membahas mengenai implementasi video *company profile* sebagai media promosi dan informasi. Mulai dari tahapan produksi, penerapan teknik, pembuatan animasi, dan pasca produksi.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari skripsi yang dibuat dan menjelaskan saran-saran penulis kepada pembaca agar penerapan video *company profile* yang diharapkan dapat bermanfaat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi sumber bacaan yang penulis gunakan sebagai referensi bahan acuan yang digunakan selama pembuatan skripsi sebagai acuan.