

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pola pikir manusia dengan kemajuan teknologi informasi sehingga menghasilkan ide-ide kreatif untuk menggunakan berbagai macam teknologi. Multimedia merupakan media periklanan yang unik dan sangat kuat karena mengandung elemen penglihatan, suara dan gerakan yang dapat dikombinasikan dengan strategi kreatif untuk menghasilkan daya tarik dan eksekusi iklan. Elemen video di multimedia harus menarik perhatian penonton (ekspresif) dan mengkomunikasikan ide, pesan, dan atau citra, dan akhirnya diharapkan menstimulasi penonton untuk membeli produk tersebut.[1]

Media ini juga digunakan sebagai marketing tool yang memiliki peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan karena dapat mempersingkat pertemuan konsumen dan mempresentasikan visi dan misi perusahaan.[2]

Kurangnya media promosi yang digunakan oleh pihak Gunungkidul's Official Apparel membutuhkan sebuah video company profile sebagai media promosi kepada masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ke Gunungkidul. Karena hanya menggunakan instagram untuk mempromosikannya. Gunungkidul's Official Apparel melakukan promosi di Instagram hanya menggunakan visual gambar mati atau foto tidak ada audio. Sedangkan followersnya berjumlah 10.600 dan foto berjumlah 2.000. Rata-rata like pada postingannya berjumlah 250. Pembuatan video ini bermaksud untuk memberikan informasi kepada masyarakat

luas untuk mencapai tujuan yang maksimal. Video company profile tersebut dapat diunggah ke situs internet untuk media promosi yang lebih luas, seperti Youtube.

Promosi digunakan sebagai alat komunikasi langsung maupun tidak langsung untuk mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen yang tersebar diseluruh dunia.[3]

Berdasarkan latar belakang diatas maka judul yang akan diambil “PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE GUNUNGKIDUL’S OFFICIAL APPAREL.SEBAGAI MEDIA PROMOSI”, yang akan dirancang dengan menambahkan teknik live shoot dan teknik motion graphic.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahannya adalah bagaimana pembuatan video company profile tentang Gunungkidul’s Official Apparel sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

- a. Penelitian yang dihasilkan adalah video company profile untuk Gunungkidul’s Official Apparel.
- b. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah Live Shot dan Motion Graphic.
- c. Sumber data diambil langsung dari Pemilik Gunungkidul’s Official Apparel.

- d. Media penayangan video ini diunggah ke media online seperti Youtube.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Membuat video profil yang menjelaskan visi dan misi, mekanisme pelayanan, fasilitas, sarana dan lain sebagainya yang ada pada Gunungkidul's Official Apparel.
- b. Membantu Gunungkidul's Official Apparel meningkatkan jumlah promosi dan informasi.
- c. Membantu Masyarakat yang ingin mengetahui tentang Gunungkidul's Official Apparel.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari disusunnya Skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a) Bagi Penulis
 - a. Memberikan pengalaman bagi penulis dalam pembuata video company profile.
 - b. Menambah pengetahuan atas teori yang diajarkan menyangkut pembuatan video company profile yang benar dan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

- b) Bagi Perusahaan
 - a. Membantu mengenalkan tentang profile perusahaan dan pemasaran kepada masyarakat.
 - b. Menambah media promosi.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle. Adapun beberapa metode lainnya dilakukan, sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan oleh penulis dengan cara melakukan pengamatan langsung di Gunungkidul's Official Apparel pada bulan Agustus tahun 2018 untuk memperoleh data yang diperlukan untuk menulis penelitian ini.

2. Metode Wawancara

Melakukan tanya jawab secara langsung dengan Daniel selaku pemilik Gunungkidul's Official Apparel untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang Gunungkidul's Official Apparel.

3. Metode Studi Pustaka

Pengambilan referensi materi dan data-data sebagai dasar teori pembuatan video di dapat dari buku-buku maupun di internet.

1.6.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan peneliti untuk menguraikan permasalahan yang terdapat pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah video editing yang berjalan, analisis hasil solusinya, analisis kebutuhan video, dan analisis kelayakan video atau disebut dengan metode analisis SWOT.

1.6.3 Metode Evaluasi

Setelah pembuatan video company profile selesai diproduksi, penulis akan mengevaluasi hasil video tersebut ke pihak Gunungkidul's Official Apparel, proses ini merupakan tahap akhir sebelum pihak Gunungkidul's Official Apparel menyetujui dan menerima penerapan video company profile tersebut.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah mengenai penelitian, yaitu teori yang ada kaitannya dengan penelitian, yang menguraikan tentang teknologi yang mendukung perancangan video profil untuk media informasi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini meguraikan tentang analisis dan perancangan video profil secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoperasian video profil dan implementasi dari video yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses pembuatan dan perancangan video profil dan berupa saran untuk perbaikan media yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi-referensi yang telah dipakai sebagai acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi.