

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia informasi, video adalah salah satu media yang banyak digunakan dalam penyampaian informasi. Video dipilih karena terlihat lebih simpel, mudah dipahami, tidak menyita waktu, serta dapat diakses kapanpun dan dimanapun melalui internet. Video juga dijadikan alternatif bagi suatu perusahaan untuk memberikan gambaran atau profil tentang bagaimana perusahaan tersebut, apa saja produk atau jasa yang disediakan pada suatu perusahaan, serta dijadikan sebagai media promosi bagi suatu perusahaan. [1]

Suatu perusahaan yang sudah berdiri, baik yang sudah maju atau masih dalam tahap berkembang selalu memiliki profil perusahaannya sendiri. Profil sendiri digunakan untuk menggambarkan perusahaan tersebut, apa saja produk atau jasa yang dimiliki pada perusahaan tersebut dan disampaikan kepada masyarakat. Namun penyampaian profil perusahaan ini terkadang mendapati masalah, sehingga beberapa perusahaan memerlukan video tentang profil perusahaan tersebut untuk disebar luaskan melalui media internet agar orang awam yang belum mengetahui dapat mengetahuinya dengan mudah. [2]

Aita Coffee & Lounge adalah sebuah cafe yang bertempat di Jl. Wahid Hasyim, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Aita Coffee & Lounge ini selain menyediakan coffee, makanan dan tempat nongkrong bagi kaula muda, Aita coffee & Lounge ini juga menyediakan jasa pembuatan donat karakter, konsumen

bisa memesan donat dengan bentuk dan keinginan sendiri untuk acara ulang tahun, wisuda, nikahan, dan sebagainya. Tetapi, karena tempatnya yang jauh, kurang lebih 11km menggunakan sepeda motor dari kota Yogyakarta, membuat masyarakat khususnya muda- mudi kurang mengetahuinya. Kapasitas dari Aita Coffee & Lounge ini bisa menampung kurang lebih 100 orang pengunjung, rata-rata pengunjung yang datang pada weekdays di Aita Coffe & Lounge ini hanya sekitar 10 sampai 20 orang pengunjung, pada saat weekend pengunjung yang datang hanya sekitar 25 sampai 40 orang pengunjung. Kurangnya pengunjung Aita Coffee & Lounge ini membuat pendapatan Aita Coffee & Lounge ini tidak memenuhi target.

Promosi sangat penting bagi perusahaan, digunakan untuk menyebarkan informasi, meningkatkan sasaran pasar agar masyarakat bersedia menerima produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Dimana, dengan adanya promosi ini diharapkan seseorang bisa mengetahui, mengakui, memiliki barang, jasa, produk, image perusahaan yang menjadi sasarannya, promosi yang baik juga dapat menambah nilai suatu perusahaan. Salah satu bagian penting dari promosi adalah menentukan media promosi yang paling tepat, misalnya brosur, televisi, radio, internet dan lain sebagainya. [3]

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada Aita Coffee & Lounge, diperlukan video profil yang bertujuan untuk mempromosikan cafe Aita Coffee & Lounge agar dapat menarik minat masyarakat khususnya muda- mudi dari Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan uraian diatas maka penulis

menuangkan kedalam skripsi dengan judul ***“Pembuatan Video Profil pada Aita Coffee & Lounge sebagai Media Promosi”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dibuat sebuah rumusan masalah yaitu: “Bagaimana pembuatan video profil Aita Coffe & Lounge sebagai media promosi?”

1.3 Batasan Masalah

Dengan adanya pembuatan video profil ini penulis membuat batasan masalah dengan ruang lingkup lebih kecil, antara lain:

1. Pembuatan video profil ini ditujukan untuk memaksimalkan promosi pada Aita Coffee & Lounge.
2. Video profil ini nantinya akan ditayangkan di Youtube dan Instagram.
3. Durasi dari video ini kurang lebih 180 detik.
4. Pengeditan video menggunakan Adobe Premiere Pro CC 2015
5. Perekaman dan pengambilan gambar menggunakan kamera Mirrorless.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah:

1. Membuat video profil Aita Coffee & Lounge sebagai media promosi.
2. Sebagai bahan referensi mahasiswa Amikom Yogyakarta untuk bahan belajar mengenai video profil.

3. Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi S1 di Universitas Amikom Yogyakarta bagi penulis.

Tujuan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Membantu menyampaikan informasi tentang gambaran dari Aita Coffee & Lounge.
2. Dapat dijadikan sebagai pilihan dalam promosi.
3. Membantu memperkenalkan Aita Coffee & lounge kepada masyarakat luas dengan bantuan media iklan Youtube dan instagram.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan informasi dan data yang di perlukan, penulis menggunakan metodologi penelitian kuantitatif, yang melakukan penelitian lebih sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Beberapa langkahnya adalah sebagai berikut : [4]

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode literatur

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data- data melalui buku- buku, jurnal, internet sebagai bahan referensi dan panduan yang berkaitan dengan informasi tentang perancangan video profil untuk Aita Coffee & Lounge. Mulai dilakukan pada bulan Mei hingga saat ini.

2. Metode observasi

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data secara langsung ke objek yang telah ditentukan yaitu Aita Coffe & Lounge yang bertempat di

Jl. Wahid Hasyim, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, untuk mengetahui apa saja yang terdapat pada Aita Coffee & Lounge. Penulis melakukan observasi pada bulan April 2018 dan melakukan observasi lagi pada tanggal 24 Agustus 2018.

3. Metode Wawancara

Melakukan wawancara langsung dengan mas Hendi sebagai pemilik Aita Coffe & Lounge yang menjadi sumber informasi. Wawancara dilakukan pada bulan April dan kembali melakukan wawancara pada tanggal 24 agustus 2018.

1.5.2 Metode Perancangan

Setelah semua data dan bahan terkumpul maka selanjutnya penulis masuk ketahap perencanaan yang meliputi pembuatan konsep, ide cerita, teknik yang digunakan dan hal- hal lain yang perlu direncanakan dalam pembuatan video profil.

1.5.3 Metode Pengembangan

Pengembang video profil harus melalui tahapan-tahapan yang terancang dengan baik agar produk multimedia yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan tepat. Pengembangan video profil dapat dilakukan dengan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC), antara lain: [5]

1. Concept (Konsep)

Merumuskan dasar aturan untuk perancangan dari proyek multimedia yang dikembangkan, terutama pada tujuan dan penggunaan.

2. Design (Desain / Rancangan)

Tahap dimana pembuat atau pengembang proyek multimedia membuat spesifikasi secara rinci sehingga pada tahap selanjutnya tidak memerlukan keputusan baru tetapi menggunakan apa yang sudah ditentukan di tahap design. Tahap ini juga mencantumkan semua objek multimedia untuk menggambarkan aliran dari suatu proyek.

3. Obtaining Content Material (Pengumpulan Materi)

Merupakan tahap pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan yang akan dikerjakan. Mengenai materi yang akan disampaikan, kemudian file-file multimedia seperti audio, video dan gambar akan dimasukkan dalam penyajian proyek multimedia tersebut.

4. Assembly (Penyusunan dan Pembuatan)

Tahap dimana pembuatan semua objek atau bahan multimedia yang telah disiapkan. Pada proses ini sangat dibutuhkan kemampuan dari ahli agar mendapatkan hasil yang baik.

5. Testing (Uji Coba)

Setelah hasil dari proyek multimedia selesai, perlu dilakukan dengan uji coba. Uji coba dilakukan dengan menerapkan hasil dari proyek multimedia tersebut secara minor sebelum proyek multimedia tersebut diterapkan secara massal.

6. Distribution (Menyebarkan Luaskan)

Tahap ini juga disebut tahap evaluasi untuk pengembangan produk yang sudah jadi agar menjadi lebih baik.

1.5.4 Metode Implementasi

Pada tahap ini nantinya video profil dari Aita Coffee & Lounge akan mengimplementasikan melalui media promosi Youtube dan Instagram. Youtube memiliki keunggulan dimana kita dapat berbagi video secara gratis, dan khalayak dapat melihat secara audio visual. Selain Youtube, media sosial yang sering digunakan sebagai media promosi yaitu Instagram. Instagram memiliki keunggulan membagi foto dan video secara aktif dengan menggunakan hashtag, selain itu Instagram juga bisa melakukan promosi melalui akun bisnis, yang nantinya secara otomatis akan muncul di beranda pengguna Instagram. [6]

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan skripsi ini disusun dalam 5 bab yang terdiri dari beberapa sub bab, yang masing- masing bab menguraikan permasalahan sebagai berikut : [7]

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini berisi tentang tinjauan yang bersifat teoritis yang akan menjelaskan mengenai teori secara keseluruhan yang digunakan dalam penyusunan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bagian ini menjelaskan mengenai sejarah, perancangan video yang di buat, juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan dalam pembuatan video berdasarkan dari rumusan masalah yang ada.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan tentang tahapan pembuatan video profil, implementasi dan hasil implementasinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penyusunan skripsi yang berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi sumber-sumber pustaka yang diambil untuk membantu penyusunan skripsi ini.