

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat juga perlu dimanfaatkan sebagai alat untuk mensosialisasikan, menginformasikan bahkan mempublikasikan perusahaan, instansi dan produk bagi masyarakat. Hal ini juga terkait dengan persaingan untuk mendapatkan daya tarik dan minat masyarakat yang kini mulai berdebat tentang hal-hal baru dan digital. Para pelaku usaha mencoba membuat kreativitas agar para konsumen tertarik untuk mengunjungi kedai kopi salah satunya dengan menggunakan video untuk promosi [1].

Video merupakan salah satu alat peraga yang mampu memberikan pengenalan secara merinci bagi klien, maka dari itu video banyak digunakan dalam promosi produk. Video *company profile* merupakan sejarah sebuah perusahaan mulai dari awal berdirinya, produk yang dijual untuk elemen yang ingin disampaikan kepada masyarakat dalam bentuk audiovisual atau video. Merancang video untuk mengenalkan tempat dan proses awal sampai akhir produk yang dibuat oleh *Dasmu Works* [2].

Dasmu Works ialah kedai kopi yang berdiri pada tahun 2017 dan terletak di kota Yogyakarta. Kedai ini menjual minuman dari olahan kopi. Menjadi tempat penulis untuk melakukan penelitian karena menyadari adanya kebutuhan promosi untuk menginformasikan kepada masyarakat luas. Sehingga penulis bekerja sama untuk membuat video *company profile* yang nantinya untuk promosi menggunakan platform media sosial.

Pembuatan video *company profile* menggunakan teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic*. Dari teknik *motion graphic* akan menampilkan logo dari kedai dan deskripsi tempat dan teknik *live shoot* digunakan agar bisa lebih bebas dalam mengambil video. Menggunakan teknik ini di harapkan lebih jelas dalam mengenalkan produk dan tempat dari kedai *Dasmu Works* tersampaikan kepada masyarakat umum dengan video tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka rumusan masalah yang akan diselesaikan yaitu: "Bagaimana proses pembuatan *video company profile* di *Dasmu Works* dengan penerapan teknik *live shoot* dan teknik *motion graphic*"

1.3 Batasan Masalah

1. Objek penelitian adalah kedai kopi *Dasmu Works* yang terletak di jalan Pogung Baru Blk D No 19.
2. Pembuatan *video company profile* menerapkan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
3. Video ini dibuat dengan software Adobe Premier Pro dan After Effect.
4. Penelitian ini menggunakan tahapan pengumpulan data, analisis masalah, perancangan video, dan pengujian.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk perancangan *video company profile* adalah membuat suatu media informasi melalui video yang mampu menyampaikan pesan atau informasi seputar *Dasmu Works*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari *video company profile* ini adalah agar masyarakat lebih mudah mengetahui informasi seputar *Dasmu Works* dan produk yang dijual.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Peneliti menjabarkan cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian[3].

1. Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan untuk mendapatkan data aktual, seperti gambar dan rekaman video dengan melakukan pengamatan dan peninjauan secara langsung terhadap objek yang sedang diteliti.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pemilik *Dasmu Works*, untuk mendapatkan informasi dan data-data yang diperlukan dalam penelitian.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka dilakukan dengan pencarian data melalui internet maupun membaca buku dari sumber yang valid dan terpercaya untuk mendapatkan referensi atau bahan tambahan.

1.6.1 Metode Analisis Masalah

1. Analisis SWOT

Metode analisis SWOT bermanfaat untuk mengevaluasi dan menggambarkan kondisi suatu masalah, konsep ini berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman).

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan fungsional merupakan suatu hasil gambaran akhir dari pembuatan video *company profile Dasmu Works*. Sedangkan analisis kebutuhan non fungsional merupakan segala kebutuhan yang dalam menunjang pembuatan *video company profile* dan menjadi pendukung agar hasil yang didapatkan bisa maksimal [4].

1.6.2 Metode Perancangan

Perancangan video dapat menggunakan yang didalamnya terdapat beberapa langkah, yaitu[4]:

1. Praproduksi, yaitu proses pembuatan konsep naskah atau script serta pembuatan storyboard dan alat apa saja yang di gunakan. Penulisan naskah berkaitan dengan langkah-langkah pembuatan video dari saat pengambilan gambar hingga pengolahan.
2. Produksi, yaitu tahap ini diawali dengan pengambilan gambar. Pengambilan gambar harus disesuaikan dengan naskah yang dirancang pada tahap praproduksi.
3. Pasca produksi, Pada tahap ini semua bahan yang telah didapatkan pada tahap produksi akan diolah melalui proses editing.

1.6.3 Testing

Setelah video selesai dibuat maka dilakukan tahap testing. Video akan diamati kembali secara berulang-ulang dan akan dilakukan testing terhadap pemilik kedai. Testing dilakukan dengan kuisioner untuk penilaian mengenai video. Responden yang dipilih diantaranya yaitu konsumen *Dasmu Works* serta masyarakat umum, guna mendapatkan hasil apakah video sudah sesuai atau belum.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai Latar belakang, Rumusan masalah, Batasan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Metode pengumpulan data.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan studi literatur dan beberapa dasar teori yang disusun secara sistematis.

BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum terkait perusahaan dan perancangan video yang akan dibuat.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai proses pembuatan video dan hasil kuesioner dari video.

BAB V. PENUTUP

Pada bab ini peneliti akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.