

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Company profile memiliki peran yang cukup penting bagi sebuah perusahaan atau instansi karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, *company profile* juga bermanfaat sebagai sarana presentasi yang dapat mempersingkat pertemuan sehingga konsumen tidak perlu bertanya secara detail tentang *profile*, visi dan misi perusahaan secara langsung. *Video profile* merupakan *marketing tool* yang efektif karena mengandung kelima unsur Multimedia yaitu teks, gambar, audio, video dan animasi.

Penggabungan antara unsur-unsur Multimedia itu pun telah banyak digunakan seperti penggabungan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*, dimana kedua teknik saling mengisi dalam menampilkan informasi. Teknik *Live Shoot* untuk menampilkan sesuatu yang bersifat nyata sedangkan teknik *motion graphic* memvisualkan sesuatu yang bersifat ilustrasi atau imajinatif.

The 101 Hotel Yogyakarta merupakan salah satu perusahaan swasta, bergerak di jasa perhotelan. Dalam proses promosi pada The 101 Hotel Yogyakarta menggunakan cara konvensional, seperti promosi masih menggunakan brosur yang hanya diberikan kepada tamu yang mengunjungi hotel saja dan promosi masih menggunakan email *blast/marketing*. Dari permasalahan tersebut maka penulis mengusulkan adanya pembuatan media promosi video profil dengan menggabungkan teknik *Live Shoot* dan teknik *Motion Graphic*. Melalui

pengemasan visualisasi informasi dengan bentuk video profil akan mampu menyampaikan informasi tentang The IO1 Hotel Yogyakarta secara jelas dan beberapa ilustrasi *motion graphic* yang menjelaskan keunggulan seperti cabang dari PHM Hospitality dengan peta Indonesia, lokasi strategis The IO1 Hotel Yogyakarta yang ada di jantung kota, ilustrasi penawaran ruang *Meeting*, ilustrasi penawaran pemesanan The IO1 Hotel Yogyakarta melalui *website* Phm Hospitality.

Teknik ini diharapkan dapat menyajikan visualisasi menggunakan gambar, video atau animasi tanpa mengurangi informasi yang ada, dengan dilengkapi narasi dan Backsound agar lebih mudah diterima oleh audien. Unsur-unsur tersebut mampu memvisualisasi dan mengilustrasikan keunggulan-keunggulan di The IO1 Yogyakarta. Berdasarkan uraian diatas, penulis mencoba membuat judul **“Pembuatan Video *Company Profile* Sebagai Media Promosi The IO1 Hotel Yogyakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu *“Bagaimana pembuatan Video Company Profile pada The IO1 Hotel Yogyakarta sebagai media promosi?”*.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa Batasan masalah yang digunakan peneliti agar tidak menyimpang adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di The IO1 Hotel Yogyakarta.

2. Video *profile* The 101 Hotel Yogyakarta digunakan untuk media promosi atau hal lain yang berhubungan dengan The 101 Hotel Yogyakarta.
3. Proses pembuatan video *profile* ini berisikan tentang lokasi, ilustrasi pemesanan melalui *website* The 101 Hotel Yogyakarta, fasilitas, visi dan misi, mekanisme pelayanan, sarana.
4. Video *profile* ini akan di uji tentang materi yang disampaikan , animasi *motion graphics* dan kelayakan *visual*.
5. Pembuatan video profil ini akan di uji oleh masyarakat umum, The 101 Hotel Yogyakarta dan praktisi multimedia.
6. Video *profile* akan diunggah di Sosial media The 101 Hotel Yogyakarta.
7. Video *profile* ini berdurasi 5 menit.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan diadakan laporan ini agar permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan video *company profile* dapat terlaksana sehingga tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan ilmu multimedia yang diperoleh ke dalam bentuk video *company profile*.
2. Menerapkan teknologi informasi berbasis multimedia yang berupa video *company profile* The 101 Hotel Yogyakarta sebagai media promosi.

3. Membantu The IO1 Hotel Yogyakarta meningkatkan kualitas promosi dan informasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian pasti ada sebuah manfaat yang ada, baik dari peneliti maupun pihak-pihak yang terkait. Berikut beberapa manfaat yang di peroleh:

1.5.1 Bagi Penulis

Menambah wawasan dari hasil penelitian tersebut dan sebagai syarat kelulusan Pendidikan Sastra 1 (S1) pada Universitas Amikom Yogyakarta Jurusan Sistem Informasi.

1.5.2 Bagi The IO1 Hotel Yogyakarta

Dapat membantu The IO1 Hotel Yogyakarta dalam mempromosikan dan mempresentasikan ilustrasi pemesanan melalui *website*, visi dan misi, mekanisme pelayanan, fasilitas dan lainnya kepada calon konsumen ataupun kepada masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan langkah-langkah memperoleh data yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video profil menggunakan teknik *Live*.

Shoot dan *Motion Graphic* baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pihak pengurus, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Metode Studi Pustaka

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

1.6.2 Metode Analisis

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths, Weakness, Opportunities*, dan *Threats*.

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

1.6.3 Metode Perancangan

Perancangan video iklan dapat menggunakan produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah seperti ;

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

1.6.4 Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* yang dapat diterapkan pada video profil The 101 Hotel sehingga visualisasi informasi dapat dengan mudah dimengerti audien.

1.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikan ringkasan mengenai isi masing-masing bab.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar video profil menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil The 101 Hotel Yogyakarta, analisis video profil yang dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video profil The 101 Hotel Yogyakarta dengan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.