

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Multimedia merupakan salah satu cara yang tepat untuk mempermudah menyampaikan informasi dalam bentuk audio ataupun visual, Multimedia mampu menghasilkan sesuatu yang lebih hidup dan menarik, salah satu penerapan multimedia adalah untuk menghasilkan video profil.

Menurut sumber ([desaincompanyprofile.wordpress.com](http://desaincompanyprofile.wordpress.com)) menyebutkan bahwa company profile merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun grafik yang mengangkat corporate value serta product value serta keunggulan perusahaan dibandingkan pesaing berdasarkan kedua value diatas. Video profil juga merupakan salah satu Public Relation yang mempresentasikan sebuah perusahaan (organisasi). Produk Public Relations ini berisi gambaran umum perusahaan bisa memilih poin-poin apa yang saya ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya disesuaikan dengan kepentingan publik sasaran. Video profil merupakan sebuah paparan dan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produksinya secara verbal maupun dalam bentuk grafik yang meningkatkan nilai-nilai perusahaan. Media ini juga merupakan cara yang efektif dalam mempropaganda perusahaan, produk, hingga propaganda untuk potensi daerah. Pada penelitian ini penulis akan membuat Video Profil pada Go Rich Bar and Kitchen. Video company profil (Marina Budiman, 2014) merupakan salah

satu jenis media promosi yang bisa anda gunakan untuk perusahaan anda. Media video

menjadi bentuk baru dalam sebuah presentasi ke publik atau investor. Tidak bisa di pungkiri juga bahwa kebanyakan orang lebih suka mendengar dan menonton dibandingkan dengan membaca pada saat presentasi. Hal tersebut menjadi kelebihan tersendiri bagi video company profile.

Go Rich Bar and Kitchen adalah Kafe yang menyediakan Ice atau Hot Coffee, dan beberapa makanan seperti fish spicy pasta, burger hitam, potatoes, dan lain-lain. Go Rich juga menawarkan beberapa menu spesial yaitu es kopi go rich red velvet, nasi goreng kambing, takoyaki, dan chicken bento. Namun ada juga menu yang paling favorit yang paling diminati oleh kebanyakan pembeli terutama anak muda yaitu takoyaki, shalter xfriend frice dan es kopi go rich itu sendiri. Go Rich Bar and Kitchen sendiri beralamat di daerah Gejayan atau lebih tepatnya terletak di Jl. Jembatan Merah No.74C, Kaliwaru, Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Untuk suasana tempat kafe ini lebih mengedapankan view tempat yang minimalis nan modern sangat cocok bagi remaja dan sangat nyaman untuk bersantap bersama keluarga. Kafe ini juga teradapat live musik, kafe ini juga sangat cocok memeriahkan acara seperti ulang tahun, bereuni, atau hanya sekedar kumpul bersama. Selama ini kafe Go Rich Bar and Kitchen belum banyak diketahui oleh publik karena selama ini penyebaran informasi hanya sebatas dari mulut ke mulut, serta postingan di Instagram. Media Instagram sudah cukup bagus untuk memasarkan tetapi karena Instagram memiliki batasan seperti durasi video yang terbatas yaitu satu menit dan batasan kata yang bisa dimasukan

sementara banyak informasi yang perlu disampaikan dan membutuhkan ilustrasi seperti macam-macam kuliner yang di tawarkan oleh Go Rich Bar and Kitchen. Selain itu untuk memberikan informasi bagaimana suasana keseluruhan yang di tawarkan, dan menu-menu unggulan yang ditawarkan oleh Go Rich Bar and Kitchen.

Dari informasi di atas penulis mencoba mengusulkan adanya pembuatan video profil yang dipromosikan melalui media youtube. Maka dengan dipromosikannya di Media Youtube diharapkan mampu memberikan informasi-informasi yang ingin diketahui dan yang tidak dijelaskan di media sebelumnya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis membuat penelitian ini dengan judul "Pembuatan Video Profil Pada Go Rich Bar and Kitchen" Dengan adanya Video Profil itu sendiri diharapkan informasi dapat tersampaikan dengan baik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "Bagaimana membuat Video Profil sebagai media informasi untuk menarik konsumen?".

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada penelitian ini yang tidak semua hal akan dibahas, maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Video tersebut akan difokuskan untuk tayang di media Youtube.
2. Video maksimal berdurasi 2 menit.
3. Penulis melakukan wawancara langsung kepada Manajer Kafe.

4. Video ini akan diuji apakah sudah layak tayang untuk digunakan sebagai media informasi.
5. Pengujian akan dilakukan oleh sekelompok orang yang memahami multimedia dan dari pihak Go Rich Bar and Kitchen.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dari penyusunan penelitian ini adalah :

1. Menerapkan ilmu teknologi dan sebagai sarana pengembangan wawasan baru dalam bidang yang sesuai.
2. Sebagai video promosi dan informasi baru mengenai Go Rich Bar and Kitchen.
3. Mengenalkan Go Rich Bar and Kitchen kepada publik melalui video profil.
4. Sebagai syarat untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar sarjana pada Progam Studi Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis.

Manfaat teoritis yang di dapat sebagai berikut, mengetahui cara merancang video profil sebagai media promosi yang bermanfaat bagi mahasiswa lainnya.

2. Manfaat Praktisi

Manfaat praktisi yang didapat sebagai berikut, sebagai media promosi, meningkatkan peluang, strategi untuk Go Rich Bar and Kitchen yang belum tentu dimiliki kafe lainnya yang sejenisnya.

#### **1.5.1 Bagi Mahasiswa**

1. Menjadi lebih terpacu dalam mempelajari untuk membuat video profil sebagai media informasi.
2. Mengasah kemampuan dalam software editing.
3. Mampu menyelesaikan penyusunan skripsi untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

#### **1.5.2 Bagi Objek Penelitian**

1. Memperkenalkan profil serta kuliner pada Go Rich Bar and Kitchen.
2. Sebagai alat marketing untuk memperoleh klien.

#### **1.5.3 Bagi Masyarakat Khalayak Umum**

Memperkenalkan kepada masyarakat mengenai profil serta kuliner yang ditawarkan oleh Go Rich Bar and Kitchen.

#### **1.5.4 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta**

1. Dokumentasi karya ilmiah dalam bentuk Skripsi pada bidang Multimedia.
2. Dapat menjadi salah satu referensi bagi mahasiswa/i yang sedang, atau akan mengerjakan Skripsi.



## 1.6 Metode Penelitian

Metode Penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang objek permasalahan dari penelitian yaitu :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan, Penulis menggunakan metode wawancara, metode observasi, dan metode perpustakaan sebagai penunjang data-data valid.

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak dari Go Rich Bar and Kitchen, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Observasi

Metode ini yaitu diperuntukan untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan terhadap banyak video profil guna untuk memenuhi standart kebutuhan media promosi.

3. Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan membaca buku-buku pustaka yang berhubungan dengan masalah yang dibahas untuk memperoleh data melengkapi penyusunan laporan.

### 1.6.2 Metode Analisis

Metode yang peneliti gunakan untuk menganalisa data-data yang telah diperoleh dari objek kemudian ditindak lanjuti sebagai rekomendasi untuk

pembuatan video. Dan mengidentifikasi masalah, menganalisis kelemahan sistem, menganalisis kebutuhan informasi dengan metode SWOT.

### **1.6.3 Metode Perancangan**

Metode perancangan yang dilakukan merupakan langkah awal dalam pembuatan video informasi ini yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video meliputi merancang ide cerita, merancang konsep, rancangan narasi, dan storyboard.

### **1.6.4 Metode Pengembangan**

Metode pengembangan yang dilakukan merupakan konsep tahap kedua dan ketiga dalam pembuatan sebuah media informasi yaitu tahap pasca produksi. Pada tahap ini peneliti melakukan pemilihan gambar, dan perekaman suara yang telah dibuat dari tahap pra produksi tadi kemudian tahapan pasca produksi yaitu melakukan editing yang digabungkan dengan perekaman efek suara, mixing audio dan gambar hingga tahap finishing yang berupa rendering.

### **1.6.5 Metode Implementasi**

Tahap ini merupakan tahap dimana peneliti membangun dan merancang video profil yang akan dibuat sebagai media promosi.

### **1.6.6 Metode Evaluasi**

Metode evaluasi ini merupakan kegiatan yang membandingkan antara hasil implementasi dengan kriteria dan standar yang telah ditetapkan untuk melihat sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai sehingga bisa diketahui

bila terdapat selisih antara standar yang telah ditetapkan dengan hasil yang bisa dicapai.

