

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Company Profile adalah sebuah aset suatu perusahaan yang memiliki peran penting bagi sebuah perusahaan karena dapat digunakan untuk mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, video *company profile* merupakan marketing tool audio visual yang efektif memperkenalkan dan menginformasikan tentang segala sesuatu penjelasan dan keunggulan yang telah dimiliki sebuah perusahaan karena mengandung kelima unsur multimedia seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi. Penggabungan antar 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.

Branding atau merk menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan yang nantinya akan menjadi sebuah pembeda atau ciri khas bagi perusahaan tersebut. (Kotler, Amstrong 2003:349). Merk adalah suatu nama, kata, simbol, tanda, desain, atau kombinasi dari semua yang mengidentifikasi pembuat atau penjual produk dan jasa tertentu. Dalam penyampaian *branding* dapat dilakukan dengan menggunakan sebuah video yang biasa disebut dengan *video branding*.

Roux Kitchen And Bar adalah sebuah restoran di Yogyakarta. Dalam mengembangkan bisnisnya, Roux Kitchen And Bar melakukan promosi seperti perusahaan lainnya. Tahapan promosi yang dilakukan di berbagai media sosial, seperti memosting foto di media sosial. Media yang ada saat ini dirasa sudah cukup, akan tetapi ada beberapa keunggulan dari restoran ini yang tidak bisa ditampilkan melalui media cetak maupun gambar, seperti mekanisme dalam menyajikan menu makanan, proses pelayanan, fasilitas yang tersedia, dan lain sebagainya.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis mengusulkan adanya pembuatan video *company profile* dalam mendukung penyajian promosi dan informasi dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul "Pembuatan Video *Company Profile* sebagai Media Branding pada ROUX Kitchen & Bar". Melalui pengemasan visualisasi informasi dalam bentuk video, diharapkan akan mampu menyampaikan informasi tentang ROUX Kitchen & Bar secara jelas dengan beberapa ilustrasi yang menjelaskan keunggulan-keunggulannya. Teknik ini diharapkan dapat menyajikan visualisasi data menggunakan teks, gambar, video, audio, atau animasi dari suatu informasi secara sederhana tanpa mengurangi informasi yang ada, dengan dilengkapi narasi dan background musik diharapkan agar lebih mudah dan dipahami oleh audience.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis mencoba merumuskan masalah “Bagaimana Membuat Video *Company Profile* sebagai Media Branding pada ROUX Kitchen & Bar?”.

1.3 Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam Pembuatan *Video Company Profile* sebagai Media Branding pada ROUX Kitchen & Bar ini adalah sebagai berikut:

1. Materi pembuatan *Video company profile* berisi tentang informasi ROUX Kitchen & Bar.
2. *Video company profile* ini akan ditayangkan pada media *online* seperti *Youtube*.
3. Objek penelitian *video company profile* ini adalah ROUX Kitchen & Bar.
4. Resolusi dari video ini adalah HD 720p 60fps dengan codex H.264 dan berekstensi *.mp4
5. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah faktor informasi dan kelayakan video.
6. Tahap penelitian berakhir sampai video diserahkan ke pihak ROUX Kitchen & Bar.

7. Software yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah Adobe Premiere Pro CC 2017 dan Adobe After Effects CC 2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah di rumuskan dan telah diidentifikasi, maka tujuan penelitian ini adalah menghasilkan video *company profile* sebagai penyampaian informasi kepada masyarakat oleh Roux Kitchen & Bar.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Pihak Objek

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sarana media promosi bagi ROUX Kitchen & Bar.
2. Membantu menyumbang sebuah media promosi yang diharapkan dapat membantu memvisualisasikan informasi tentang perusahaan kepada konsumen.

1.5.2 Bagi Peneliti

1. Memenuhi persyaratan kurikulum jenjang S1 Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Menetapkan ilmu bidang multimedia yang didapat selama mengikuti pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mempermudah dalam proses penelitian penulis membagi Metode Penelitian menjadi beberapa bagian dalam pengolahan data dan informasi yang digunakan antara lain:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh data-data yang diperlukan penulis dalam melakukan penelitian.

2. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara dengan manajer dari ROUX Kitchen & Bar.

3. Metode Literatur

Pengambilan data dengan menggunakan literatur yang bisa dipakai, seperti memanfaatkan fasilitas internet, yaitu dengan mengunjungi situs-situs web yang berhubungan dengan pembuatan video *company profile* dan teknik-teknik yang dipakai.

4. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari berbagai buku referensi yang berkaitan dengan penelitian terdahulu.

1.6.2 Analisis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi. Tidak hanya itu, untuk menunjang media yang akan dibuat, penulis juga menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional serta uji kelayakan.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan video *company profile* ini akan dilakukan dengan menerapkan sistem produksi multimedia, yaitu:

1. Pra Produksi (Tema, Naskah, dan *Storyboard*)
2. Produksi (Pengambilan Gambar, Pembuatan Aset)
3. Pasca Produksi (*Compositing, Editing, Rendering*)

1.6.4 Evaluasi

Dalam tahap evaluasi dilakukan pengujian informasi. Apabila ada kesalahan, media akan dibetulkan. Pada tahap evaluasi ini menggunakan metode pengujian dan pembahasan informasi serta teknik yang dapat

diterapkan pada video *company profile*, sehingga visualisasi informasi dapat dipahami oleh audience.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ialah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pertama berisi tentang gambaran umum penelitian yaitu, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi kumpulan teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan, termasuk analisis kebutuhan dan uraian tentang proses perancangan video *company profile*.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisikan tentang tahap produksi, termasuk pengambilan gambar, proses editing, compositing, rendering, testing, dan implementasi.

BAB V. PENUTUP

Bab terakhir menjelaskan tentang garis besar atau kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.

LAMPIRAN

