

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Desa wisata Kembangarum adalah desa wisata bernuansa alam dan budaya yang terletak di lereng gunung Merapi. Desa wisata Kembangarum memiliki kekurangan pada iklan atau *video company profile* tentang desa wisata yang selama ini hanya sebatas menggunakan sosial media *Instagram* dan *Facebook* dari Desa Wisata Kembangarum. Terbatasnya sumber daya manusia yang belum mampu membuat dan merancang *video company profile* menjadi alasan dari pihak pengelola.

Company profile memiliki peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan yang melakukan *business to customer* karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu manfaat lain dari *company profile* sebagai sarana presentasi adalah dapat mempersingkat pertemuan sehingga klien tidak perlu bertanya secara detail tentang profil, visi, dan misi perusahaan secara langsung. Tanpa adanya penjelasan yang lebih lengkap, hal ini karena belum adanya minat dari pembuat iklan dan terbatasnya lahan atau tempat untuk media promosi *video company profile* yang hanya terpacu pada media sosial saja, berbeda dengan periklanan televisi yang sebagian besar orang melihat video di media pertelevisian. Pentingnya media promosi untuk sebuah perusahaan sangat dibutuhkan untuk strategi pemasaran bagi perusahaan, dimana sebuah produk untuk dikenalkan kepada para calon konsumen yang ditargetkan dan dituj

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka secara garis besar permasalahan yang dapat dirumuskan dan diselesaikan adalah “

1. Bagaimana merancang dan membuat *video company profile* Desa Wisata Kembangarum sebagai media promosi dan periklanan ?”

1.3 Batasan Masalah

Maka perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini agar persoalan yang dihadapi dapat lebih terarah dan dapat dicari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya :

- a. *Video company profile* menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphics*.
- b. *Video company profile* audio visual yang berisikan video promosi tentang Desa Wisata Kembangarum.
- c. Batasan target *audience* pada *video company profile* ini adalah para masyarakat pada umumnya.
- d. Pembuatan *video company profile* ini bersifat mandiri dan tidak melibatkan rumah produksi manapun dalam pembuatannya.
- e. *Video company profile* ini berdurasi 120 detik.
- f. *Software* yang digunakan dalam pembuatan *video company profile* ini adalah *Adobe Premiere Pro CC 2015* dan *Adobe After Effects CC 2017*.
- g. Direkam menggunakan 2 buah kamera DSLR Canon .
- h. Resolusi video untuk RBTv 1280 x 720px mp4 dan Instagram post

1080 x 1080 px mp4

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah :

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Merancang dan membuat video company profile sebagai media promosi dan periklanan ?”
2. Membantu tim marketing dalam pembuatan dan merancang video untuk di jadikan bahan promosi .

1.5 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan antara lain :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung kekuatan dan kebenaran data yang dan disampaikan, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Peneliti melakukan tanya jawab langsung kepada pengelola Desa Wisata Kembangarum lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

2. Pengamatan Langsung

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu dengan mengamati setiap area dan tempat yang akan di jadikan materi *video company profile* . Pengamatan ini bertujuan untuk menjadi

bahan atau isi dari video yang akan di buat meliputi area objek, fasilitas yang di tawarkan antara lain :

- a. Joglo atau penginapan
 - b. Area outbond
 - c. Kesenian tari tarian
 - d. Wisata Kuliner
 - e. Kolam Pemancingan
 - f. Gubuk Pereng atau resto ala pedesaan
3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam metode studi.

1.5.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*), dan analisis kebutuhan dalam penelitian ini.

1.5.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan *video company profile* yaitu tahap pra-produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan-persiapan yang dibutuhkan dalam pembuatan *video company profile* meliputi penentuan ide cerita, pengumpulan data, pembuatan

storyboard, pembuatan naskah, pembuatan *shoot list* sesuai dengan kebutuhan Desa Wisata Kembangarum.

1.5.4 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukan *review* hasil sementara produksi dan pasca produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan video, dan menentukan hasil untuk masuk tahap pasca produksi (*editing*).

1. Tahap produksi merupakan kelanjutan dari proses sebelumnya yaitu tahap pra produksi. Pada proses produksi dikerjakan kegiatan-kegiatan semisal pengambilan objek yang akan di masukan menjadi bahan pembuatan *video company profile* yang bertujuan untuk mendapatkan keseluruhan isi materi dari *video company profile*.
2. Tahapan pasca produksi merupakan kegiatan setelah proses produksi. Tahap pasca produksi meliputi beberapa tahapan yaitu *compositing*, *capturing*, *editing*, penambahan *sound effect* dan *rendering*, setelah itu hasil akhir hingga menjadi *video company profile* yang siap untuk diserahkan kepada objek.

1.5.5 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap *video company profile* dengan penayangan hasil akhir *video company profile* layanan masyarakat di televisi lokal Yogyakarta, Yogyakarta yaitu RBTv. Selain itu, peneliti menggunakan metode *skala likert* berupa kuesioner kepada masyarakat umum yang terdiri dari berbagai kalangan profesi sejumlah 30 orang sebagai media *testing*.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan secara sederhana yang terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka berupa referensi-referensi yang pernah ada dengan tema yang sama, kemudian menguraikan teori-teori yang mendukung judul dan mendasari pembahasan secara detail.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang tinjauan umum atau deskripsi singkat objek penelitian yaitu Desa Wisata Kembangarum yang diperoleh dari pengumpulan data, kemudian membahas analisis SWOT, analisis kebutuhan dan analisis pra-produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang tahapan pra produksi, produksi, dan pasca-produksi pada pembuatan *video company profile* layanan masyarakat dengan menggunakan metode *live shoot* dan *motion graphic*.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang keimpulan dan saran dari keseluruhan pembahasan dari bab – bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan jawaban yang menjadi pokok pembahasan dari rumusan masalah, dan saran yang diberikan merupakan harapan untuk pengembangan serta perbaikan *video company profile* masyarakat yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.

