

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Company profile atau profile perusahaan menjadi salah satu hal yang penting untuk dilakukan guna mendukung berbagai aktivitas organisasi perusahaan khususnya dalam rangka menyebarkan informasi mengenai seluk-beluk perusahaan kepada public. [1]

Promosi merupakan suatu aktifitas komunikasi dari pemilik produk atau jasa yang ditunjukan kepada masyarakat, dengan tujuan agar produk, jasa, merek dan nama perusahaan dapat dikenal masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat agar tertarik untuk membeli serta menggunakan produk atau jasa perusahaan. [2]

Bisnis kedai kopi saat ini mengalami perkembangan signifikan. Data menunjukan pada tahun 2016 sebanyak 600 kedai kopi yang beroperasi di Kota Yogyakarta. Rembug Kopi merupakan salah satu kedai kopi yang masih bertahan di tengah persaingan bisnis tersebut. Rembug kopi memanfaatkan media promosi berupa foto dan brosur yang diunggah di media sosial. Berdasarkan wawancara dengan pihak manajemen Rembug Kopi, promosi tersebut masih kurang optimal untuk menjangkau pasar penikmat kopi di Kota Yogyakarta. Promosi melalui foto dan brosur tidak mampu menunjukan keunikan Rembug Kopi yaitu proses produksi biji kopi, proses peracikan dan keunikan lain dari Rembug Kopi. Melalui

video company profile maka keunikan yang dimiliki Rembug Kopi dapat dipresentasikan sebagai salah satu daya tarik kedai kopi ini. [3]

Motion graphic merupakan potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menghubungkan film dan desain grafis, konteksnya adalah infografis yang di desain bergerak seperti yang ada pada media audio visual berupa film, video dan animasi komputer. Keunggulan *motion graphic* tersebut dapat memvisualkan apa yang tidak bisa di visualkan oleh media promosi seperti pamphlet, brosur.

live shoot yaitu serentetan perekaman tentang orang-orang atau makhluk hidup lainnya paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang *dramatic*, yang di padu dengan kejadian *dramatic* lainnya dan disusun pada saat proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penonton terhanyut. [4]

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mengambil judul "Pembuatan *Company Profile* sebagai Media Pendukung Promosi di Rembug Kopi Menggunakan Teknik *Motion Graphic* dan *Live Shoot*".

1.2 Rumusan Masalah

Agar penyelesaian masalah tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan maka penulis merumuskan masalah yang akan dipecahkan, yaitu : "Bagaimana Pembuatan *Company Profile* Sebagai Media Pendukung Promosi di Rembug Kopi Menggunakan Teknik *Motion Graphic* dan *Live shoot*?".

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Video company profile* ini dibuat untuk media promosi Rembug Kopi.
2. *Video* yang di buat hanya menampilkan informasi tentang Rembug Kopi.
3. *Software* yang digunakan untuk membuat *video company profile* ini Sony Vegas, Adobe After Effect, Corel Draw X7 dan Adobe Audition.
4. *Video company profile* akan di upload ke akun *youtube* Rembug Kopi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini antara lain:

1. Membuat *video company profile* Rembug Kopi dengan Teknik *Motion Graphic* dan *Live shoot*.
2. Sebagai syarat menyelesaikan studi SI di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat penelttian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat baik bagi penulis dan perusahaan, sebagai berikut :

1.5.1. Manfaat bagi penulis:

1. Menerapkan teori-teori selama mengikuti Pendidikan di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta ke dalam implementasi praktik secara nyata.
2. Untuk menyelesaikan studi S1 di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2. Manfaat bagi perusahaan:

1. Sebagai alat bantu promosi di Kembang Kopi
2. Dapat memberikan pengetahuan dan referensi untuk membuat *video company profile*.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Menurut Nazir (1988), metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. [5]

1.6.1. Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu pengumpulan data primer dan sekunder.

1.6.1.0 Pengumpulan data primer

a. Observasi

Pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung dengan bantuan instrument alat tulis dan kamera digital terhadap Rembug Kopi yang diteliti pada tanggal 27 februari 2019 untuk mengetahui gambaran tentang permasalahan yang diteliti.

b. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara mendalam kepada ibu Zahra Laradiva selaku Manager di Rembug Kopi pada tanggal 27 februari 2019.

1.6.1.1 Pengumpulan data Sekunder

a. Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan membaca literatur, jurnal, skripsi, atau tugas akhir dan bahan-bahan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

1.6.2. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SWOT. SWOT berfungsi untuk menganalisis kelemahan, kebutuhan, dan kelayakan sistem yang dibutuhkan oleh Rembug Kopi sehingga dapat menunjang *video company profile* yang dibuat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.

1.6.3. Perancangan

Perancangan yaitu tahap praproduksi untuk menentukan ide cerita pembuatan sinopsis, scenario, dan storyboard.

1.6.4. Pengembangan

a. Produksi

Peneliti mulai melakukan shooting dilokasi yang ditentukan hingga terkumpul semua scene yang dibutuhkan sesuai storyboard yang telah dibuat.

b. Pasca produksi

Tahap dimana peneliti melakukan editing video, mulai dari penyusunan video, pembuatan visual efek, penambahan narasi ataupun background, hingga mencapai tahap rendering video.

1.6.5. Testing

Pada tahap testing ini penulis menggunakan metode skala likert.

1.6.6. Pengembangan

Tahap implementasi digunakan setelah video jadi secara keseluruhan. Video company profile ini nantinya akan digunakan atau di implementasikan melalui media social seperti Youtube.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahan kedalam 5 bab dengan masing-masing bab dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini, menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan konsep dasar yang digunakan dalam pembuatan dan perancangan sistem, serta sebagai acuan dalam pembuatan sistem.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi penjelasan dan penguraian tentang perancangan video company profile secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian- bagian proses pengoperasian video company profile dan implementasi dari video yang sudah dibuat

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup, berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan, sehingga diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi objek penelitian dan juga untuk pengembangan perancangan video selanjutnya.

