

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Warung Makan Sego Kebon didirikan pada tahun 2015. Warung Makan Sego Kebon terletak di Jl. Telasih, No.15, Dawung Kidul, Kebonso, Pulisen, Boyolali, Jawa Tengah merupakan warung makan dengan konsep omahan di padu dengan galeri seni. Pemiliknya bernama bapak Martin Basuki, Buka pukul 10.00 sampai 23.00 WIB. Warung Makan Sego Kebon bisa dipakai untuk gathering, rapat, diskusi, arisan dan lain-lain. Warung Makan Sego Kebon mempunyai fasilitas tempat parkir, toilet, mushola dan tempat untuk makan. Warung Makan Sego Kebon menyajikan makanan dan minuman lokal seperti wedang uwuh, wedang jahe susu dan lain sebagainya. Harganya juga terjangkau. Menu unggulan dari Warung Makan Sego Kebon adalah nasi bakarnya.

Saat ini Warung Makan Sego Kebon melakukan promosi melalui media sosial dan brosur. Media sosial yang digunakan Warung Makan Sego Kebon untuk promosi adalah instagram dan facebook dengan memposting produk yang berupa foto. Dengan melengkapi media yang ada di Warung Makan Sego Kebon dan pemanfaatan media sosial dapat dijadikan sebagai media penayangan video promosi untuk menyampaikan profil tempat usaha. Pemanfaatan media sosial dianggap lebih menguntungkan, karena kelebihan penayangan melalui media sosial ini para konsumen dapat melihatnya setiap saat 24jam jika mengunjungi situs tersebut.

Definisi company profile itu sendiri merupakan identitas dari sebuah perusahaan baik dibidang jasa maupun produk. Sebuah perusahaan yang maju berkembang akan selalu didukung dengan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih akan menghasilkan perusahaan yang kokoh pada semua lini. Oleh karena itu setiap perusahaan yang ingin maju dan dapat terus bersaing dengan era globalisasi harus mengikuti sebuah perkembangan teknologi dan memanfaatkan semua teknologi dengan sebaik-baiknya untuk meunjang pertumbuhan perusahaan salah satunya adalah profil perusahaan (company profile) yang berbasis multimedia. Adapun tujuan dari company profile itu sendiri adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan. [1]

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis mengusulkan pembuatan video profile Warung Makan Sego Kebon. Untuk itu penelitian ini di beri judul "Pembuatan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Pada Warung Makan Sego Kebon".

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan satu masalah yang akan diselesaikan adalah "Bagaimana Pembuatan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Pada Warung Makan Sego Kebon?"

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup kedalam lingkup lebih kecil

1. Video Company Profile ini dibuat dengan durasi 1-5 menit.
2. Proses perekaman atau pengambilan gambar akan memakai kamera DSLR Canon EOS 550D.
3. Software yang digunakan adalah Adobe Premier Pro CS6.
4. Teknik yang di digunakan adalah liveshoot.

#### **1.4 Maksud & Tujuan Penelitian**

Adapun maksud yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Sebagai syarat kelulusan dan mempunyai gelar sarjana komputer di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membuat video company profile sebagai media promosi pada Warung Makan Sego Kebon.

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Memperkenalkan Warung Makan Sego Kebon ke masyarakat luas.
2. Memperbarui media promosi pada Warung Makan Sego Kebon dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Warung Makan Sego Kebon

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Warung Makan Sego Kebon antara lain:

- a. Memberikan informasi yang lengkap menggunakan video company profile sehingga meningkatkan daya saing untuk mendapatkan konsumen.
- b. Sebagai media promosi Warung Makan Sego Kebon yang efektif.

## 2. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian tersebut bagi peneliti antara lain:

- a. Memperoleh pengetahuan bagaimana cara membuat video company profile yang benar dan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.
- b. Dapat mengetahui penggunaan kamera, penggunaan Adobe Premier Pro CS6 lebih mendalam untuk membuat video yang baik dan benar.

## 3. Bagi Universitas

Manfaat penelitian bagi universitas antara lain:

- a. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menguasai teori yang sudah diberikan saat proses belajar.
- b. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan teknik yang sudah diberikan sebagai bahan evaluasi.
- c. Memberikan gambaran kesiapan mahasiswa dalam mempersiapkan diri menuju dunia kerja yang sebenarnya.

### 1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan masalah yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan adalah:

#### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

##### a. Metode Observasi

Penelitian yang digunakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

##### b. Metode Wawancara

Yaitu mengadakan Tanya jawab langsung yang berdasarkan pada tujuan penelitian dengan objek yang diteliti untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisis dan penelitian.

a. Metode Kepustakaan

Merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku dan internet sebagai bahan referensi.

**1.6.2 Analisis**

Metode analisis disini digunakan untuk melakukan analisa data yang akan didapatkan dari penelitian yang dilakukan untuk mengavaluasi kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan kebutuhan sehingga mendapatkan hasil video yang maksimal. Disini penulis menggunakan metode analisis SWOT untuk melakukan penelitian.

**1.6.3 Metode Perancangan**

Dalam tahap ini digambarkan bagaimana video company profile ini dibentuk, mulai dari konsep apa yang akan dibuat, visual apa yang akan ingin ditampilkan, dan juga pembuatan synopsis, scenario, alur cerita atau story board.

**1.6.4 Metode Pengembangan**

Dalam tahap ini dilakukan sebuah review untuk mengetahui hasil yang sudah dalam tahap pra produksi, dan produksi agar mengetahui video company profile sudah dalam konsep yang benar atau belum, serta menentukan apa yang perlu dibenahi dan masuk dalam tahap pasca produksi atau editing. Pemberian sound effect hingga tahap finishing berupa rendering dan distributing.

### **1.6.5 Metode Testing**

Tahap testing yaitu tahap dimana video company profile ini dilakukan uji kelayakan dengan menggunakan metode testing skala likert.

### **1.6.6 Metode Implementasi**

Metode Implementasi merupakan tahap dimana video company profile yang telah selesai dibuat akan diimplementasikan atau ditayangkan di media sosial youtube, facebook dan instagram.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulis skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang yang diteliti, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian yaitu teori yang ada kaitanya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan video company profile untuk media promosi.

### **BAB III ANALISI DAN PERANCANGAN**

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan video company profile secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan dibahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya proses pengoperasian video company profile dan implementasi dari video yang sudah dibuat.

#### BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses pembuatan dan perancangan video company profile dan berupa saran untuk perbaikan media yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.

#### DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi-referensi yang telah dipakai sebagai acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis maupun secara teoritis.

