

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Company profile memiliki peran yang cukup penting bagi sebuah perusahaan atau instansi karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, *company profile* juga bermanfaat sebagai sarana presentasi yang dapat mempersingkat pertemuan sehingga konsumen tidak perlu bertanya secara detail tentang *profile*, visi dan misi perusahaan secara langsung. [1] Video profil merupakan *marketing tool* yang mengandung kelima unsur Multimedia yaitu teks, gambar, audio, video dan animasi. [2]

Gablind adalah salah satu product dari inkubator Amikom, yang berupa aplikasi Smartphone yang dapat dioperasikan untuk orang disabilitas penglihatan (buta). Dalam mengembangkan aplikasinya, Gablind juga melakukan promosi menggunakan media Web. Media yang digunakan saat ini dirasa sudah cukup, akan tetapi ada beberapa keunggulan product yang masih belum di tampilkan dalam media *Company Profile* tersebut. Seperti cara pengoperasian aplikasi, *Geo Location*, dan keunggulan lainnya.

Dari permasalahan tersebut maka penulis mengusulkan pembuatan media promosi video profile untuk memaksimalkan informasi apa saja yang ada pada aplikasi Gablind. Melalui pengemasan visualisasi informasi dengan bentuk video profil akan mampu menyampaikan informasi tentang Gablind secara baik dengan beberapa ilustrasi yang menjelaskan fitur yang tersedia seperti *Geolocation* dari google. Teknik ini diharapkan dapat menyajikan visualisasi data menggunakan

gambar, video atau grafik suatu informasi secara sederhana tanpa mengurangi informasi yang ada, dengan dilengkapi narasi dan *Backsound* agar lebih mudah diterima oleh audien.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengusulkan pembuatan video profil dalam mendukung penyajian promosi dan informasi. Maka dari itu penulis mengambil judul "Pembuatan Profil Product (Gablind) sebagai Media Promosi dan Informasi"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yakni, "*bagaimana membuat Video Profil Product (Gablind) sebagai Media Promosi dan Informasi?*".

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan, yaitu :

- 1 Materi video profil ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi.
- 2 Objek penelitian video profil ini adalah Gablind.
- 3 Target durasi 3 menit.
- 4 Target penayangan pada media *online* seperti YouTube.
- 5 Materi yang diuji dari penelitian ini adalah faktor informasi dan kelayakan video.

- 6 Penguji dari hasil penelitian ini adalah CEO Gablind, asisten rumpun Multimedia dan praktisi Multimedia.
- 7 Tahap penelitian berakhir ketika video diserahkan ke CEO Gablind.
- 8 Penggunaan teknik Live Shoot dan Planara Tracking

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1 Membuat video profil yang menjelaskan keunggulan product, perangkat yang diperlukan untuk menjalankan aplikasi, dan cara pengoperasian aplikasi oleh pengguna.
 - 2 Membantu Product Gablind meningkatkan kualitas promosi dan informasi.
 - 3 Membantu masyarakat yang ingin mengetahui tentang Product Gablind.
 - 4 Sebagai syarat kelulusan jenjang Strata I jurusan Sistem Informasi
- UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1.5.1 Bagi Penulis

Menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan menggunakan aplikasi Multimedia seperti *Adobe Premiere*, *Adobe After Effect*, *Adobe Photoshop* dan *Adobe Audition*.

1.5.2 Bagi Masyarakat

1. Diharapkan supaya memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dalam membuat video profil.
2. Diharapkan masyarakat yang tertarik dengan product ini dapat memahami penggunaan aplikasi dan beberapa perangkat tambahan lainnya, serta dapat di jadikan sebagai edukasi untuk yang membutuhkan.

1.5.3 Bagi Gablind

Dapat membantu Product Gablind dalam mempromosikan dan menginformasikan cara pengoperasian aplikasi, user interface, perangkat tambahan dan keunggulan lainnya kepada masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian tindakan menekankan pada kegiatan (tindakan) dengan mengujicobakan suatu ide ke dalam praktek atau situasi nyata dalam skala mikro

yang diharapkan kegiatan tersebut mampu memperbaiki, meningkatkan kualitas, dan melakukan perbaikan sosial [3]. Peneliti menerapkan metode penelitian Tindakan, dan menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan atau observasi terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi lain yang tidak didapat dari metode wawancara.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pihak CEO Gablind, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. (Yang dilakukan pada tanggal 2 maret 2018)

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan.

1.6.2 Metode Analisis

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor

eksternal (luar) yaitu *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*.
[18]

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

1.6.3 Metode Perancangan

Perancangan video profil dapat menggunakan produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah seperti;

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

1.6.4 Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* yang dapat diterapkan pada video profil Gablind sehingga visualisasi informasi dapat dengan mudah dimengerti audien.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut [3] :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar video profil menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*, serta *software-software* yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Gablind, analisis video profil yang dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video profil Gablind dengan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.