

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi tentunya sangat berpengaruh dalam kehidupan Manusia. Banyaknya kebutuhan akan informasi, mendorong Manusia untuk menggunakan berbagai macam teknologi salah satunya Multimedia. Multimedia merupakan teknik yang memanfaatkan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan link dan tool agar pemakai dapat berinteraksi serta berkomunikasi.[1]

Media merupakan suatu bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyebarkan, menyampaikan gagasan atau pendapat, sehingga ide dapat dikemukakan kepada penerima yang dituju. [2] Contoh media yang umumnya dipakai untuk bidang bisnis yaitu video profil. Melalui media ini, perusahaan dapat mempromosikan dan menginformasikan produk dan layanan yang dimiliki.

Video profil adalah gambaran informasi secara rinci mengenai seseorang atau sebuah instansi perusahaan yang telah mencapai suatu pencapaian kesuksesan, dalam hal produksi atau hasil karya yang telah dihasilkan dan diterima di kalangan masyarakat umum. Informasi tersebut disebarkan berbentuk audio visual atau video.[3] Media ini juga digunakan sebagai representasi dari perusahaan, sebagai alat pemasaran, sebagai citra perusahaan, sebagai materi branding, sebagai materi publikasi dalam sponsorship event.

Motion graphic merupakan salah satu dari elemen Multimedia yang dapat menggabungkan gerakan kamera dari suatu obyek animasi di dalam software dengan gerakan kamera pada live shoot agar objek animasi dapat menyatu dengan video hasil rekaman live shoot ketika dilakukan proses compositing, maka objek animasi tersebut seolah-olah ada di dalam adegan video tersebut. Untuk mengimplementasikan teknik animasi dan live shoot camera di dalamnya maka dibutuhkan adanya suatu media untuk diterapkan.

PT. Pos Indonesia (Persero) adalah Perusahaan BUMN yang berdiri sejak 26 Agustus 1746, memiliki jaringan yang sangat luas hingga 4.800 Kantor Pos online. Jumlah titik layanan mencapai 58.700 titik dalam bentuk Kantor Pos, agen Pos, mobile postal service, dan lain-lain. bergerak dibidang jasa layanan seperti jasa pengiriman Surat dan Paket, pengambilan dan pengiriman Uang dari dalam Negri maupun luar Negri, jasa pembayaran keuangan. Disini Penulis fokus kepada salah satu Kantor Pos yang ada di Regional 6 yaitu Wonosobo yang berada di Jl. Diponegoro No 9 Wonosobo. Kantor Pos Wonosobo memiliki omset sebesar Rp.2.940.000.000 pertahun. Tetapi dalam hal pemasaran, Kantor Pos Wonosobo masih menggunakan jasa sales untuk menawarkan produk ke Masyarakat melalui Radio, menyebarkan Brosur, informasi yang disampaikan oleh Masyarakat melalui orang ke orang, dan melalui Sosial Media. Promosi yang dilakukan dengan cara seperti ini mempunyai kelemahan yaitu tidak memberi gambaran secara rinci tentang Produk dan Layanan yang dimiliki Kantor Pos Wonosobo. Informasi tentang Produk dan Layanan sangatlah penting agar Masyarakat dapat memahami fungsi dari Kantor Pos itu sendiri.

Karena kurang meratanya penyampaian informasi kepada masyarakat serta kurang menariknya informasi yang disampaikan, disini Penulis terdorong untuk membuat media informasi dan promosi dengan menggunakan Video Profil. Pada Video Profil ini Penulis akan fokus kepada gambaran umum perusahaan dan Produk dan Layanan yang ada di Kantor Pos Wonosobo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan pada penelitian ini adalah “bagaimana Pembuatan Video Profil pada Kantor Pos Wonosobo sebagai media promosi dan informasi?”

1.3 Batasan Masalah

1. Video profil ini menggunakan penggabungan teknik Live Shoot dan Motion Graphic.
2. Resolusi Video adalah AVCHD 1920x1080 30 dengan menggunakan format file .H264.
3. Lingkup penelitian hanya di Kantor Pos Wonosobo.
4. Hasil dari penelitian ini akan diserahkan kepada Kantor Pos Wonosobo.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Untuk memenuhi persyaratan kelulusan program strata 1 program studi Sistem Informasi “UNIVERSITAS AMIKOM” Yogyakarta.

2. Memberi informasi kepada Masyarakat Wonosobo tentang Produk dan Layanan yang ada di Kantor Pos Wonosobo.
3. Membantu promosi Kantor Pos Wonosobo.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat bagi Penulis

1. Menerapkan ilmu yang di dapat selama kuliah di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Menambah pengalaman dalam bekerjasama dengan perusahaan.
3. Mendapatkan wawasan tentang penerapan ilmu Multimedia kedalam Video Profil.

1.5.2 Manfaat bagi Perusahaan

1. Menjadi media untuk mempromosikan produk dan layanan.
2. Membantu meningkatkan kualitas promosi Kantor Pos Wonosobo.

1.6 Metode Penelitian

Penyusunan Skripsi ini tentunya harus mempunyai data dan informasi yang lengkap dan benar agar sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk menguji hasil data yang diperoleh menggunakan kuisioner. Dalam pembuatan skripsi ini Penulis mengumpulkan data dengan metode sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yaitu Kantor Pos Wonosobo yang akan diteliti pada tanggal 10 Maret 2018. Metode ini berguna untuk melengkapi data agar informasi yang diperoleh lebih akurat.

2. Metode Wawancara

Dilakukan dengan cara bertanya langsung dengan Responden yang berdasar kepada tujuan penelitian. Penulis melakukan tanya jawab kepada pihak Kantor Pos Wonosobo pada tanggal 10 Maret 2018 untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai Produk dan Layanan yang ada.

3. Metode Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku referensi dan internet pada bulan Februari hingga Maret untuk melengkapi kelengkapan data. Penulis akan menguraikan referensi pada daftar pustaka.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penulisan tertata rapi dan lebih mudah untuk dipahami maka perlunya dibuat sistematika penulisan yang diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar untuk memahami permasalahan yang akan di bahas yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori-teori yang mendasari penelitian tentang pengetahuan secara umum untuk mendukung pembuatan video profil sebagai media promosi dan informasi.

BAB III IMPLEMENTASI DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang profil umum Kantor Pos Wonosobo, analisis, dan perancangan video profil, pra produksi, story board, dan naskah.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang proses penerapan teknik-teknik yang dipakai untuk membuat video profil dengan menggunakan beberapa software yang telah ditentukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari proses pembuatan video profil Kantor Pos Wonosobo dan berisi saran perbaikan untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku dan internet yang digunakan sebagai referensi untuk menyelesaikan skripsi ini yang akan diuraikan dalam daftar pustaka Penulis.