

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menuju era perkembangan teknologi , banyak iklan iklan di Indonesia menggunakan peranan Sistem Informasi yang dilengkapi dengan jaringan internet maupun stasiun televisi. Didukung oleh pemanfaatan efisiensi dan efektifitas teknologi untuk memperoleh informasi yang cepat, tepat dan akurat. Multimedia merupakan salah satu bentuk dari teknologi informasi tersebut, yaitu teknologi informasi yang menggabungkan gambar, teks, suara, video, animasi menjadi system informasi yang berguna dalam menyampaikan pesan atau media promosi. Sehingga penerima informasi akan merasa puas karena mendapatkan informasi yang akurat dan sekaligus menarik.

Nataputra Muay Thai Camp adalah sekolah sekaligus tempat latihan bela diri asal Thailand yang beralamatkan di Jl. RE Martadinata 114 Yogyakarta. Nataputra Muay Thai Camp masih belum mempunyai media periklanan yang berupa media bergerak atau video untuk promosi, maka dari itu Nataputra Muay Thai Camp ingin berinovasi dengan membuat suatu video profil perusahaan yang dimaksudkan untuk membuat sebuah media alternatif promosi untuk lebih mengenalkan apa saja yang diajarkan dalam seni bela diri muay thai khususnya di Nataputra Muay Thai Camp dan juga fasilitas-fasilitas apa yang dimiliki di sekolah beladiri ini agar menambah daya tarik dari masyarakat luas. Dalam pembuatan video profile ini dilakukan dengan teknik live shoot untuk pembuatannya.

Belum banyak iklan dalam negeri yang menggunakan dan menerapkan video company profile. Hal ini karena belum adanya minat dari sang pembuat produk iklan dan terbatasnya lahan atau tempat untuk media promosi video company profile yang hanya terpaku pada media sosial saja beda halnya dengan periklana televisi yang sebagian besar orang melihat iklan hanya di media pertelevisian. Selain itu dengan menggunakan media promosi visual ini yaitu video iklan company profile akan sangat membantu dalam mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat. Hal ini karena dalam pembuatan video company profile disuguhkan dengan lengkap dengan penjelasannya, berbeda dengan iklan pada umumnya company profile ini ditampilkan dengan durasi yang agak lebih lama dari iklan pada umumnya yang dibuat hanya dalam tempo yang pendek yang hanya menampilkan inti dari produk yang diiklankan, di company profile ditampilkan dalam durasi yang cukup lama sehingga audience dapat mengetahui produk atau objek yang ingin diiklankan berdasarkan apa yang disuguhkan dalam video company profile ini, selain dapat melihat produk masyarakat juga dapat melihat konsep visual yang ditampilkan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas menimbulkan keinginan untuk membuat sebuah inovasi tentang pembuatan video company profile yang berbeda dan lebih menerangkan sebuah produk iklan yang mudah dimengerti oleh masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik rumusan masalah yakni, Bagaimana membuat Video Company Profile Sebagai Media Promosi pada Nataputa Muay Thai Camp Yogyakarta ?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan pembahasan batasan masalah agar tidak meluas dan sesuai dengan pokok bahasan maka dirumuskan batasan masalah sebagai berikut :

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video company profile ini menggunakan teknik live shoot.
2. Video Company Profile ini dibuat dengan durasi 3-5 menit.
3. Pembuatan video company profile dibagi dalam tiga tahap yaitu meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.
4. Video company profile ini dibuat untuk media promosi Nataputa Muay Thai Camp.
5. Perangkat lunak yang digunakan untuk membuat video company profile ini yaitu :
 - a. Adobe After Effect
 - b. Adobe Premiere Pro
 - c. Adobe Audition
 - d. Adobe Photoshop

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membuat video company profile untuk promosi pada Nataputa Muay Thai Camp Yogyakarta.
2. Sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun yang ingin diperoleh dalam pembuatan dan penyusunan video company profile ini adalah sebagai berikut :

Bagi Penulis :

1. Membuat alternatif baru dalam pembuatan sebuah iklan dengan durasi panjang agar maksimal dalam menyampaikan pesan dalam sebuah video promosi.
2. Menerapkan teori – teori selama mengikuti pendidikan di STIMIK AMIKOM Yogyakarta ke dalam implementasi praktik secara nyata.
3. Dapat mengukur kekurangan dan kelebihan pribadi dalam penerapan ilmu, guna bersaing di dunia industri multimedia kreatif.

Bagi Perusahaan :

1. Sebagai trobosan baru dalam penyampaian informasi dan mempromosikan Nataputra Muay Thai Camp dengan memanfaatkan durasi yang panjang untuk memasuki ruang lingkup yang lebih luas dan penjelasan yang lengkap.

1.6 Metodologi Penelitian

Dalam pengumpulan data untuk kebutuhan penelitian, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode observasi yaitu bertemu langsung dengan pemilik usaha atau manager dari objek yang kita ambil untuk mendapatkan data yang valid dan juga pengamatan di tempat objek yang ingin kita teliti.

1.6.1.2 Metode Analisis

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

1.6.2 Metode Perancangan

Dalam tahap ini digambarkan bagaimana video company profil ini dibentuk, mulai dari konsep apa yang ingin dibuat, visual apa yang ingin ditampilkan, dan juga pembuatan alur cerita atau *story board* dalam tahap ini masuk pada tahap pra produksi. Untuk tahap produksi masuk pada tahap *live shoot, lighting, compositing/editing, dan rendering video.*

1.6.3 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*.

1.6.4 Metode Testing

Tahap testing yaitu tahap final dimana video company profil ini dilakukan uji kelayakan apakah layak untuk diiklankan atau masih perlu dibenahi sesuai dengan keinginan pemilik objek.

1.7 Sistematika Penulisan

Pembuatan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab sesuai dengan pokok masing-masing yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi yaitu : latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka tentang penelitian berdasarkan dengan tema yang sama dan teori – teori yang sama dengan permasalahan yang diambil penulis. Pengertian dan definisi iklan, tahapan pembuatan video company profile, serta pengertian iklan dalam bentuk company profile.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tinjauan umum dari objek, ide cerita dari video company profile, naskah, story board, rincian biaya pembuatan video company profile.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil dan proses pembuatan video company profil mulai dari tahap pra produksi dan paska produksi, dan pembahasan mengenai video company profile yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber referensi – referensi yang menjadi acuan dalam proses penyusunan skripsi ini.

