

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan jaman menuntut manusia untuk selalu berkembang dalam berbagai bidang, termasuk dalam pembuatan media yang dapat memberikan suatu promosi dan informasi untuk masyarakat luas. Saat ini salah satu media yang cukup populer dikalangan masyarakat adalah video yang dapat memberikan informasi secara visual dan audio dimana masyarakat melihat (menonton) dan/atau mendengarkan informasi yang akan disampaikan secara menarik. Media promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk perusahaan. Melalui video promosi dapat memasarkan sebuah produk dengan lebih mudah.

DS. Professional Barbershop Yogyakarta merupakan sebuah usaha yang berdiri sejak 2017. Bergerak pada bidang jasa *haircut and shave* seperti *hair cut, special cut, hair cut massage, creambath, colouring, shaving, smoothing, dan DS barber school*. Sejak berdiri hingga saat ini, proses promosi DS. Professional Barbershop lebih pada mengunggah foto yang bersifat statis pada sosial media instagram. Sehingga informasi yang disajikan tidak lengkap untuk meyakinkan konsumen.

Hal ini pula yang menjadikan kurang maksimalnya media promosi dan informasi yang seharusnya mampu membangun citra dan juga reputasi bagi DS. Professional Barbershop. Maka dari itu DS. Professional Barbershop perlu membuat video *company profile*. Hal itu diperlukan untuk meyakinkan para

konsumen dengan memperlihatkan visual yang lebih interaktif untuk memaksimalkan promosi dan informasi. Seiring dengan meluncurkan berbagai produk berupa jasa maka diperlukannya media iklan untuk menunjang suatu produk jasa bisa didapatkan oleh konsumen, salah satu dari media iklan yaitu aplikasi Instagram yang diterapkan oleh DS. Professional Barbershop untuk menjual dan mengenalkan produk jasa kepada konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa DS. Professional Barbershop membutuhkan alat bantu pemasaran yang mampu meyakinkan konsumen, yaitu berupa video *company profile*. Untuk itu penelitian ini di beri judul "Pembuatan Video *Company Profile* Sebagai Media Promosi dan Informasi pada DS.PROFESSIONAL BARBERSHOP YOGYAKARTA".

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah "Bagaimana Pembuatan Video *Company Profile* Sebagai Media Promosi dan Informasi pada DS. Professional Barbershop Yogyakarta?"

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam sebuah penelitian memerlukan adanya batasan masalah sehingga dapat membuat penelitian menjadi lebih baik, memudahkan dalam pembahasan dan akuratnya tujuan.

1. Menampilkan informasi yang disampaikan mencakup profil dan program jasa yang di tawarkan DS. Professional Barbershop.
2. Peneletian ini dilakukan di DS. Professional Barbershop.

3. Menampilkan detail jasa yang ada di DS. Professional Barbershop.
4. Video ini berdurasi 2 menit.
5. Pembuatan video menggunakan metode *live shoot*.
6. Perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan adalah Windows 10, Adobe Premier Pro CC 2018, dan sony A6000.
7. Hasil implementasi media informasi DS. Professional Barbershop akan diterapkan pada sosial media DS. Professional Barbershop yaitu instagram.
8. Metode pengujian dengan skala *likert*

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Maksud kegiatan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan program pendidikan pada jenjang Strata-1 di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat *video company profile* sebagai media promosi pada DS. Professional Barbershop.
2. Meningkatkan daya saing antar bidang usaha sejenis.
3. Memperbarui media promosi pada DS. Professional Barbershop dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah :

1. Memperkenalkan profil dan juga program jasa yang ditawarkan DS. Professional Barbershop dengan media yang lebih baik.
2. Calon member di sekitar dan di luar D.I.Yogyakarta.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Metode Observasi**

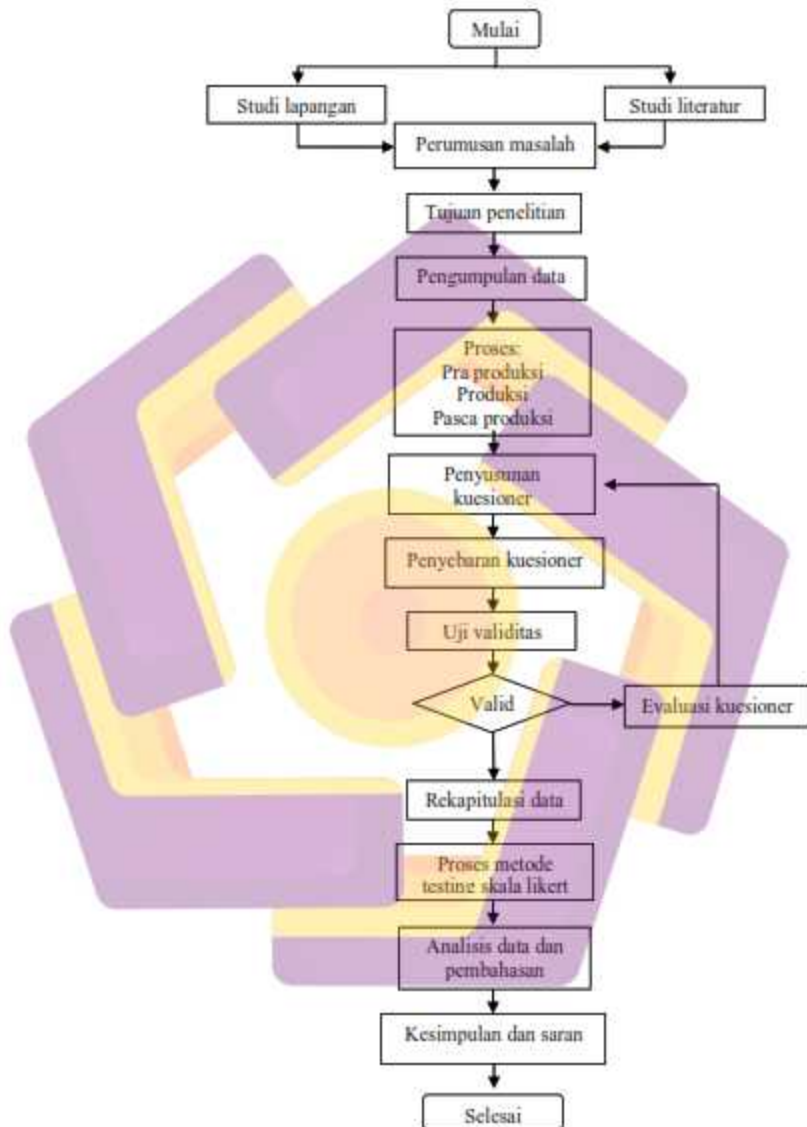
Melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis pada suatu objek yang diteliti. Observasi dilakukan dengan mengamati metode promosi dan juga respon calon konsumen terhadap media informasi DS. Professional Barbershop Yogyakarta saat ini.

#### **2. Metode Wawancara**

Metode wawancara merupakan studi dengan melakukan tanya jawab langsung kepada responden, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

#### **3. Metode Literatur**

Mengumpulkan data dari buku-buku tentang dunia video dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dipakai, seperti memanfaatkan fasilitas internet, yaitu dengan mengunjungi situs-situs web yang berhubungan dengan pembuatan video company profile dan teknik-teknik yang dipakai.



**Gambar 1.1** Flowchart penelitian

### **1.6.2 Metode Analisis**

Setelah melakukan penelitian semua data yang terkumpul dari objek penelitian dan studi pustaka akan di analisis guna mendapatkan pemecahan dari permasalahan yang timbul. Adapun metode yang digunakan untuk menganalisis yaitu metode 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*.

### **1.6.3 Metode Perancangan**

Merancang proses pra-produksi yang nantinya bisa mempermudah dalam proses pembuatan video korporat.

### **1.6.4 Metode Pengembangan**

Proses produksi dan pasca produksi merupakan proses pembuatan video korporat.

### **1.6.5 Metode Testing**

Setelah selesai proses pembuatan video, maka akan dilakukan tahap pengujian dengan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan kepada pihak DS. Professional Barbershop dan responden audien untuk mendapatkan hasil media informasi video yang baik dan juga mudah dimengerti audien.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar laporan pembuatan penelitian ini mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahan. Yang di bagi tiap susunan bab dan keterangan untuk penjelasan dalam tiap bab yang ditulis. Berikut adalah penyusunan bab dan keterangan singkatnya :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

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

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini memberikan uraian mengenai tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang penelitian dengan tema yang sama guna dijadikan sebagai referensi penulis, dasar-dasar teori dasar mengenai multimedia dan software yang digunakan untuk membuat video atau keperluan penelitian. Teori-teori ini diambil dari literatur-literatur, dokumentasi, serta informasi dari berbagai pihak.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang perancangan terhadap video korporat yang akan dibuat dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk sebuah video korporat. Mulai dari tahapan pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

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

Bab ini memaparkan hasil-hasil dari tahapan penelitian, tahapan analisis hingga testing dan hasilnya.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan, saran dan kritik terhadap peneliti guna menghasilkan media informasi yang lebih baik di masa mendatang.

