

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan semakin berkembangnya dan semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan *fashion*, maka kami berinisiatif untuk mempromosikan suatu usaha outlet yang *up to date* dan mengerti akan kebutuhan masyarakat.

Mereka seringkali mencari *fashion-fashion* ataupun kebutuhan lainnya yang ter *up to date*, karena hingga saat ini sangat sedikit sekali atau boleh dikatakan belum ada tempat yang memberi pelayanan kebutuhan *fashion* di sekitar.

Perusahaan bisnis outlet ini berdiri atas pemikiran serta keinginan satu anak muda yang memiliki hobi dan kegemaran yang sama dalam bidang *fashion*, karena sering bertemu dalam berbagai kegiatan di bidang *fashion* dan desain, satu generasi muda ini mencetuskan mendirikan sebuah usaha Outlet yang dinamakan EVERYNIGHT yang berdiri di kota Yogyakarta. Outlet EVERYNIGHT didirikan untuk memelopori kecintaan generasi muda dalam bidang *fashion* yang *up to date* tanpa melupakan corak & ciri khas Indonesia.

Outlet EVERYNIGHT adalah sebuah Outlet *fashion* yang terletak di sebuah desa di pinggiran Kota Yogyakarta, tepatnya beralamat di Jl. Masjid Besar No.905, Purbayan, Kotagede, Bantul, Yogyakarta. Adapun kegiatan rutin Outlet EVERYNIGHT ini yaitu pengecekan barang masuk seminggu sekali dan pemasaran diberbagai media social. Permasalahan yang di hadapi saat ini Outlet EVERYNIGHT hanya dipromosikan secara lisan dan pamflet saat akan ada pameran *fashion* menurut Tony Indra selaku pimpinan Outlet EVERYNIGHT. Media tersebut masih minim dan cakupannya masih terbatas karena pemanfaatan teknologi yang di gunakan hanya sebatas media cetak yang mengandalkan tulisan dan visual gambar mati atau foto tidak ada audio.

Karena hanya menggunakan media yang sangat terbatas, Tony Indra menginginkan di buatn sebuah media promosi audio visual untuk Outlet EVERYNIGHT yang dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas untuk mencapai tujuan yang maksimal dari yang diharapkan karena kelebihan video dibanding materi posting lainnya adalah dapat menampilkan gambar dan suara dengan secara bersamaan. Video profil tersebut dapat diunggah ke situs internet untuk media promosi yang lebih luas, seperti Youtube.

Video profil adalah identitas perusahaan yang dirangkum menjadi informasi yang di sampaikan kepada konsumen atau kepada khalayak ramai yang

membutuhkan. Dengan maksud untuk mengetahui sejarah berdirinya perusahaan, mengetahui visi dan misi perusahaan, mengetahui struktur perusahaan, mengetahui sumber sandang manusia, mengetahui mode pakaian terkini. Dalam perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, Maka Outlet EVERYNIGHT akan dibuatkan video profil sebagai media promosi dan informasi.

Berdasarkan latar belakang diatas maka judul yang akan diambil adalah "Pembuatan Video Profile Outlet Everynight Yogyakarta Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik Live Shoot Dan Visual Effect".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diketahui bahwa pokok bahasan penelitian yaitu: "Bagaimana Merancang Video Profil Outlet EVERYNIGHT Sebagai Media Promosi?."

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian yang dihasilkan adalah video profil untuk berbagai merk dan brand di Outlet EVERYNIGHT.
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah live shoot dan visual effect.
3. Sumber data diambil langsung dari Pimpinan Outlet EVERYNIGHT.
4. Media penyimpanan video profil ini adalah dengan mengunggahnya ke youtube agar mudah untuk dilihat oleh banyak orang.

1.4 Maksud & Tujuan Penelitian

Adapun maksud yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Strata 1 Jurusan Sistem Informasi pada STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Meningkatkan kemampuan dalam membuat sebuah video profil yang bermanfaat dan digunakan oleh Outlet EVERYNIGHT.
3. Dapat memberikan sebuah referensi dan berbagai pengetahuan untuk membuat sebuah video profil.

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Membantu Outlet EVERYNIGHT dalam mempromosikan dagangan dan merk dari outlet kepada masyarakat luas agar semakin lebih dikenal lagi.
2. Memperbaharui media promosi pada Outlet EVERYNIGHT dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang.

1.5 Metode Penelitian

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

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Studi kasus

Peneliti mengadakan eksplorasi mendalam dari system terikat misalnya,(pengepakan barang, proses penataan pakaian) berdasarkan pengumpulan data yang luas.

b. Metode Observasi

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

c. 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 analisa dan penelitian.

d. Metode Kepustakaan

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

1.5.2 Metode Analisis

Yaitu menguraikan video profil untuk diidentifikasi dan di evaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan, kebutuhan, marketing, *strengths*(kekuatan), *weaks*(kelemahan), *opportunities*(peluang),

threats(ancaman) manajemen keuangan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya.

1.5.3 Metode Perancangan

Tahap menentukan ide cerita, pembuatan synopsis, scenario, Naskah (*Script*), dan storyboard.

1.5.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi pembuatan gambar hingga menganimasikan gambar. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review* hasil *editing*, pemberian *sound effect* hingga tahap finishing berupa *rendering* dan *distributing*.

1.5.5 Metode Testing

Setelah pembuatan video profile selesai, penulis memperlihatkan hasil video ke Outlet EVERYNIGHT, proses ini merupakan tahap akhir sebelum pihak Outlet EVERYNIGHT menyetujui dan menerima video profil tersebut. Jenis testing yang digunakan adalah pengujian.

1.5.6 Metode Implementasi

Tahap produksi dan pasca produksi dalam pembuatan Video profil.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan 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 kaitannya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung perancangan video profil untuk media informasi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan video profil 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 profil dan implementasi dari video yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses pembuatan dan perancangan video profil 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.

