

BAB I

LATAR BELAKANG MASALAH

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi dalam kehidupan saat ini tidak dapat dipisahkan dari berbagai segi bidang kehidupan , termasuk dalam dunia bisnis. Bagi dunia bisnis , saat ini telah memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yang sudah pesat . Penerapan teknologi dan informasi ini menyebabkan perubahan dalam kebiasaan yang baru pada bidang bisnis . Perubahan seperti ini membuat setiap perusahaan harus dapat beradaptasi dengan baik agar dapat bertahan dan bersaing secara berkesinambungan .

Perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih dewasa ini merupakan bagian integral dari semua lapangan bisnis dewasa ini. Tak ada satu pun dunia bisnis yang tidak terpengaruh terhadap pengaruh teknologi informasi yang cepat ini. Pelaku bisnis harus bisa mengikuti laju dari perkembangan teknologi informasi yang serba cepat ini jika tidak ingin dunia bisnisnya tertinggal jauh dengan para pelaku bisnis yang lain. Media promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mempertahankan kehidupan bagi perusahaan itu sendiri , karena dengan media promosi tersebut perusahaan lebih dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Perkembangan teknologi informasi terkhusus teknologi multimedia Yang kini kian banyak penggunaannya dalam dunia bisnis seperti sebagai

media presentasi , terasa sangat membantu bagi pelaku dunia bisnis untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen secara luas . Adanya multimedia , produsen atau pengusaha dapat mempresentasikan produknya dalam bentuk media teks , grafis , audio , video dan animasi sehingga informasi yang disajikan akan lebih menarik minat konsumen tentunya .

Company Profile merupakan gambaran profesionalitas sebuah perusahaan yang dapat digunakan untuk media promosi atau marketing , karena didalam *company profile* terdapat unsur visual berupa gambar dan teks , apalagi dengan ditambahkan unsur multimedia yang dapat menambahkan nilai plus dari marketing tersebut , dikarenakan akan lebih menarik dilihat oleh konsumen . Fungsi dan manfaat dari *company profile* sangat banyak sekali antara lain , sebagai memuat informasi lengkap sebuah perusahaan , media representasi , media marketing , sebagai pelengkap proposal penawaran atau tender , *branding* perusahaan dan alat publikasi perusahaan .

Video company profile merupakan bentuk multimedia dari *company profile* tersebut . Didalam *video company profile* tersebut terdapat unsur multimedia (teks , grafis , audio , video dan animasi) yang dapat menarik perhatian para konsumen .

Semakin berkembangnya dunia fashion dengan ditandai banyaknya pertumbuhan *factory outlet* maupun usaha *distro* diseluruh penjuru merupakan salah satu pemicu meningkatnya permintaan jasa sablon dikalangan masyarakat. permintaan pasar yang meningkat dan besarnya keuntungan yang ditawarkan membuat sebagian besar masyarakat mulai

tertarik dengan usaha sablon ini, baik sablon manual maupun sablon digital yang sudah banyak dikenalkan oleh para pelaku usaha.

Hasil pengamatan dan Analisa di wilayah kabupaten Ngawi , terdapat banyak sekali para pelaku usaha sablon dan konfeksi , salah satunya adalah usaha sablon dan konfeksi “ FATH SCREEN PRINTING “ yang berada di jl. Kenanga no 1 , RT 06 / RW 02 , Pule , Ngrambe , Kab.Ngawi , Jawa Timur . Usaha yang mulai dirintis sejak tahun 2016 ini mempunyai kendala kurangnya promosi dalam usahanya . Hafizh selaku pemilik dari FATH SCREEN PRINTING menginginkan usaha jasanya tersebut dapat diketahui oleh masyarakat luas dan dapat menggunakan jasa sablon nya tersebut .

Media Promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa/image/perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Dimana dengan promosi ini diharapkan seseorang bisa mengetahui, mengakui, memiliki, dan mengikatkan diri pada suatu barang/jasa/produk/image/perusahaan yang menjadi sasarannya. Salah satu bagian penting dari promosi adalah menentukan media promosi yang paling tepat. Misalnya Surat Kabar, Televisi, Radio, Majalah, dan lain-lain. Tentunya media-media promosi tersebut mempunyai kekurangan serta kelebihan.

Media promosi yang digunakannya saat ini kurang menarik hanya memposting hasil jadi produk sablon di laman Instagram dan menambahkan sedikit *caption* pada postingan Instagram tersebut yang kurang informatif digunakan dalam sebuah promosi dan perlu adanya tambahan media

promosi yang lebih informatif untuk mempromosikan usaha sablon dan konfeksi “ FATH SCREEN PRINTING” , inilah yang menarik untuk mengangkat tema dan permasalahan promosi ini . Oleh karena itu perancangan media komunikasi sangatlah diperlukan dalam membuat media promosi , tetap dengan berpegang pada ilmu – ilmu desain dan kriteria -kriteria desain maka akan tercipta sebuah media yang menarik dan informatif .

Solusi yang ditawarkan dari permasalahan tersebut adalah membuat media promosi *video company profile* , karena *video company profile* memuat semua informasi dari FATH SCREEN PRINTING dari mulai pemilik perusahaan , proses pengerjaan produk dari awal sampai akhir , teknik pengerjaannya dan sangat informatif sekali bagi calon konsumen dan diharapkan dapat menambah perusahaan dan produk-produk dari FATH SCREEN PRINTING tersebut menjadi lebih dikenal dan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis yang lainnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya , maka diperoleh perumusan sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep perancangan Video Company Profile FATH SCREEN PRINTING yang dapat menarik dan interaktif .
2. Bagaimana merancang Video Company Profile yang dapat menarik minat klien atau konsumen dan meningkatkan cita FATH SCREEN PRINTING

C. Tujuan Perancangan

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas , maka tujuan penyusunan Tugas Akhir dengan judul “ PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE SABLON dan KONFEKSI FATH SCREEN PRINTING DI NGAWI “ adalah :

1. Membuat konsep perancangan *Video Company Profile* FATH SCREEN PRINTING yang dapat menarik dan interaktif
2. Merancang sebuah video company profile sebagai media promosi yang presentatif , interaktif dan inovatif . Sehingga dapat membantu perusahaan FATH SCREEN PRINTING ini mampu bersaing dengan perusahaan sablon dan konfeksi yang lain nya .

D. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis :
 - a. Menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti perkuliahaan .
 - b. Mengetahui kondisi dunia kerja yang sebenarnya .
 - c. Sebagai pengalaman kerja penulis
 - d. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan strata satu (S1) program studi Desain Komunikasi Visual .
2. Bagi Universitas :
 - a. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam memahami teori-teori yang telah dipelajari selama kuliah

- b. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan ilmunya dan sebagai bahan evaluasi .
 - c. Memberikan kepada mahasiswa tentang kesiapan dalam memasuki dunia kerja yang sebenarnya .
3. Bagi Perusahaan :
- a. Memberikan informasi yang lengkap dan akurat mengenai perusahaan melalui media video Company Profile kepada calon konsumen atau calon mitra bisnis .
 - b. Membantu ketika presentasi kepada calon konsumen atau calon mitra bisnis .
 - c. Mempermudah pemasaran dan meningkatkan daya saing perusahaan .

E. Tinjauan Pustaka

Peneliti terdahulu telah menyusun jurnal dengan judul “ Pembuatan Video Company Profile Pada Belukar Merch Di Kelurahan Jayengan Kecamatan Serengan Kota Surakarta “ oleh Mohammad Irfan pada tahun 2013 telah berhasil membuat karya video company profile berbasis multimedia pada Belukar Merch akan mendukung kegiatan promosi dan penyebaran informasi sehingga menjadi lebih efektif dan efisien dari segi waktu , biaya dan tenaga. Manfaat yang didapat dari jurnal tersebut adalah manfaat dari penggunaan video company profile sangatlah efektif sebagai media promosi. (<http://ijns.org/journal/index.php/seruni/article/view/666>)

Adin Taufika (2013) juga telah meneliti dan disusun dalam jurnalnya dengan judul “ Pembuatan Video Company Profile Berbasis

Multimedia Di Hotel Taman Sari Karanganyar Kabupaten Karanganyar “ proses pembuatan video company profile ini menggunakan metodologi diantaranya : Kepustakaan , observasi ,wawancara , analisis, perancangan , pengambilan gambar dan capturing , editing dan perekaman suara , ujicoba dan implentasi . Pembuatan video company profile ini menggunakan basis multimedia sebagai media promosi Hotel Taman Sari Karanganyar . Manfaat dari jurnal tersebut adalah bagaimana penggunaan metodologi perancangan dalam pembuatan video company profile .

(<http://ijns.org/journal/index.php/seruni/article/view/669>)

M.Arief Dzul Himam (2015) penyusun tugas akhir nya yang berjudul “ Perancangan Company Profile Perusahaan Prima Logam Melalui Audio Visual “ berpendapat tujuan video company profile adalah meningkatkan jumlah konsumen dalam bentuk media digital audio visual sehingga pendapatan semakin meningkat dengan cara memaksimalkan produk unggulan dari perusahaan tersebut. Manfaat yang didapat dari karya tugas akhir diatas adalah bagaimana agar video company profile ini dapat memaksimalkan sebuah produk dari perusahaan .

(<https://eprints.uns.ac.id/21954/>)

Eko Purnomo (2013) penyusun tugas akhir nya yang berjudul “ Perancangan Company Profile Sekolah Alam Minangkabau Dalam Bentuk Audio Visual “ berpendapat company profile adalah suatu media promosi efektif untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang keunggulan dan aktifitas suatu perusahaan atau lembaga, dimana informasi yang disampaikan dapat menggunakan media cetak maupun media audio visual,

pesan yang disampaikan dengan media audio visual pun lebih jelas dimana audio visual menyajikan gambar bergerak dan ditambah dengan adanya audio untuk memperjelas visual yang disampaikan. Manfaat dari tugas akhir tersebut adalah menyajikan informasi lebih mudah menggunakan media audio visual .

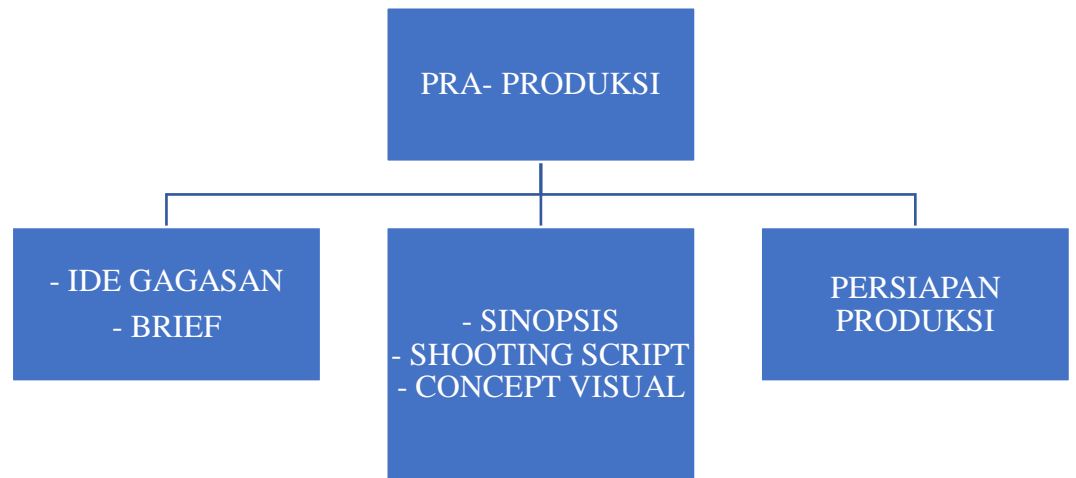
(<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/1047>)

Hasil tinjauan pustaka yang telah dipaparkan diatas sangat membantu dalam proses perancangan video company profile ini. Secara garis besar uraian dan beberapa konsep bias dikatakan sejalan dengan perancangan yang saya buat yaitu video company profile sebagai media promosi sebuah perusahaan .

F. Metode Perancangan

1. Pra-Produksi

Pra-Produksi merupakan tahapan awal sebelum dilaksanakannya produksi video. Tahapan ini merupakan tahapan yang sangat penting. Karena ditahapan ini semua langkah-langkah perencanaan untuk proses produksi video dilakukan. Pra-Produksi ini semua perencanaan harus disusun dengan rapi dan terperinci untuk menghindari kesalahan-kesalahan saat dilakukannya proses pengambilan gambar atau tahap produksi . Hampir keseluruhan jenis video melalui tahap pra-produksi ini. Beberapa tahap yang perlu dilakukan pada tahap pra-produksi ini yaitu :



Gambar 01 . Bagan Pra-Produksi (Sumber : Ainul Yaqin Al-Amiri)

a. Ide / Gagasan

Ide adalah gagasan atau rancangan yang masih ada dalam pemikiran . Dan dalam perancangan Video Company Profile ini menggunakan konsep tentang cerita yang menggambarkan proses pengerjaan sablon kaos dan keunggulan dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan FATH SCREEN PRINTING tersebut.

b. Brief

Cara - cara yang digunakan dalam pengumpulan sumber data adalah

- Observasi

Mengunjungi dan melakukan pengamatan langsung ke FATH SCREEN PRINTING yang berada di jl. Kenanga no 1 , RT 06 / RW 02 , Pule , Ngrambe , Kab.Ngawi , Jawa Timur

- Wawancara

Mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemilik FATH SCREEN PRINTING

- Dokumentasi

Mendapatkan data – data yang diperlukan seperti foto produk , foto ketika produksi dan foto keunggulan produk FATH SCREEN PRINTING

c. Sinopsis

Inti dari video company profile tersebut adalah memperkenalkan perusahaan FATH SCREEN PRINTING kepada calon konsumen .

d. Shooting script

Shooting script ini digunakan sebagai panduan produksi ketika dilapangan. Panduan ini berguna untuk seluruh tim produksi yang sedang melakukan pengambilan gambar video. Shooting script ini berisi tentang petunjuk operasional dalam pelaksanaan produksi video.

e. Concept Visual

Bagian ini skrip cerita yang akan digunakan sebagai acuan pengambilan gambar sampai dengan pengeditan.

f. Persiapan Produksi

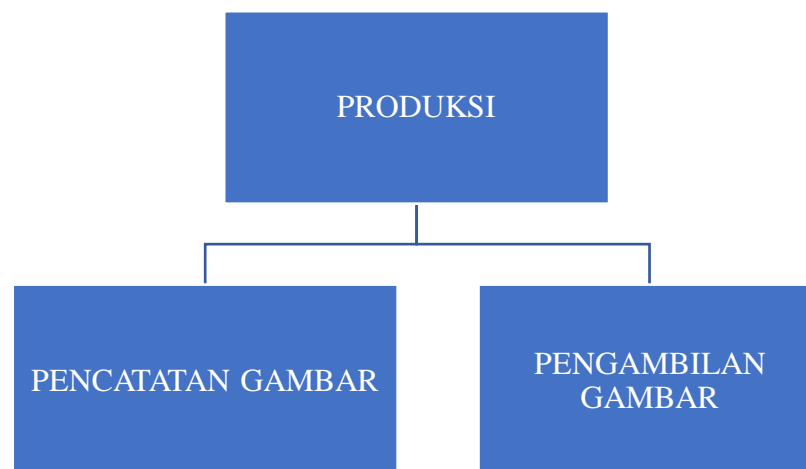
Persiapan produksi mempunyai beberapa tahap yang dilaksanakan , yaitu :

- Survey lokasi tempat pengambilan gambar
- Menghubungi *talent* atau melakukan perekrutan *talent* jika dibutuhkan
- Mengubungi tim produksi untuk melakukan koordinasi sebelum menuju tahap produksi

- Mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan dan melakukan cek peralatan untuk mengetahui bahwa peralatan bias berfungsi atau tidak .

2. Produksi

Tahapan produksi video merupakan tahapan untuk merealisasikan semua langkah yang ada di tahap pra-produksi. Ditahap produksi , tim produksi video biasanya dipimpin oleh seorang sutradara yang mempunyai peran untuk bertanggung jawab terhadap berjalannya produksi video yang sedang berjalan. Biasanya sutradara dibantu oleh asisten untuk membantu kelancaran produksi video yang sedang berlangsung.



Gambar 02 . Bagan Produksi (Sumber : Ainul Yaqin Al-Amiri)

a. Pencatatan Gambar

Salah satu hal yang perlu dicermati dalam tahap produksi ini ketika pengambilan gambar yaitu mencatat adegan, shoot atau scene yang sudah

diambil tidak bisa hanya mencatat saja , akan tetapi catatan tersebut harus sesuai dengan *shooting script* yang sudah dibuat.

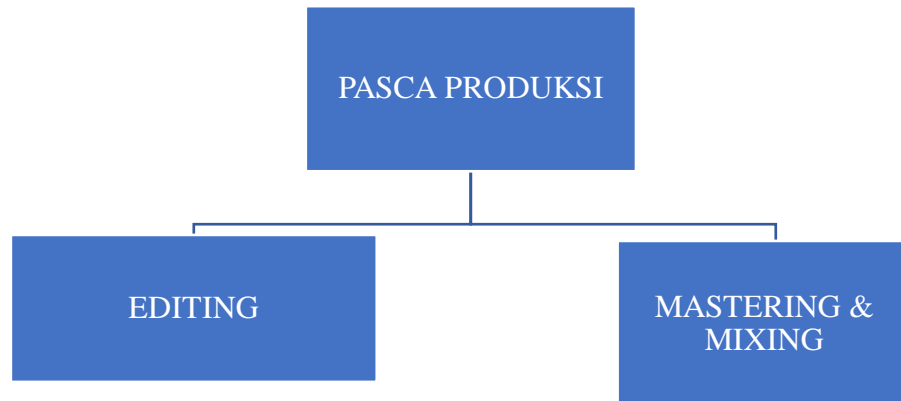
b. Pengambilan Gambar

Saat pengambilan gambar banyak hal yang perlu diperhatikan , mulai dari penataan lampu hingga cara menggunakan kamera. Berikut adalah cara yang dilakukan saat pengambilan gambar video :

- Pastikan lebih dekat dengan objek untuk mendapatkan kualitas gambar yang lebih baik
- Pastikan objek mendapatkan pencahayaan yang maksimal agar mendapatkan gambar yang jernih
- Pastikan kamera tidak goyang agar gambar stabil, gunakan tripod untuk pengambilan gambar yang cukup lama.
- Pastikan mengatur komposisi kamera sebelum merekam agar gambar yang dihasilkan lebih indah dan tidak melelahkan mata.
- Ambil banyak stock gambar , pastikan gambar yang direkam tidak terbatas agar tidak monoton.

2. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahapan akhir dalam produksi video sebelum video siap disajikan atau dipublikasikan . Proses pasca produksi ini diperlukan *software editing video* dan perangkat yang memadai untuk melakukan proses *editing video*. Tahapan proses pasca produksi itu sendiri dapat dibagi menjadi dua tahap , yaitu :



Gambar 03 . Bagan Pasca Produksi (Sumber : Ainul Yaqin Al-Amiri)

a. Editing

Tahap ini petugas pencatat script saat produksi , mencatat kembali semua hasil shooting dan adegan , dalam aplikasi *video editing* , petugas pencatat script akan menuliskan semuanya kedalam *time code* yang ada diaplikasi tersebut. Proses ini dilakukan untuk menyortir gambar yang akan dipakai dari semua rekaman gambar yang diproduksi. Editor akan melihat adegan per scene untuk menyatukan cerita agar berkesinambungan antara satu dengan yang lain . Selain itu ditahap ini editor juga akan memperindah hasil *editing* video kasar dengan membuat transisi atau menghaluskan potongan adegan yang sudah disunting . Keseluruhan proses ini dianggap cukup kemudian tahapn akan beralih ke *mixing* dan *mastering* .

b. Mixing dan Mastering

Proses *mixing* merupakan proses untuk menggabungkan atau mensinkronkan antara video atau audio . Tahap ini editing lebih mengutamakan untuk memoles audio dan menambahkan ilustrasi musik maupun *sound effect* yang akan digunakan untuk membangun atmosfir dalam video tersebut . Kemudian narasi yang sudah direkam

juga akan ditambahkan dalam proses *mixing* ini. Setelah semua tahapan ini selesai kemudian dilakukan proses yang dinamakan *priview*. Proses ini merupakan *screening* akhir dalam melihat video yang sudah selesai diedit dan diolah. Setelah semua setuju bahwa proses ini sudah selesai, maka proses selanjutnya adalah *mastering*. Proses ini merupakan proses untuk membuat kepingan DVD master, yang kemudian digandakan lagi.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penyusunan tugas akhir sebagai berikut :

BAB I

Pada bab ini berisikan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Perancangan, Manfaat Perancangan, Tinjauan Pustaka, Metode Perancangan, Sistematika Penulisan

Fungsi dari bab 1 adalah digunakan sebagai bahan penjabaran untuk bab II, bab III, bab IV dan bab V

BAB II

Pada bab ini berisikan tentang pengertian video, jenis – jenis video, Teknik-teknik pengambilan video, pengertian company profile, dan pengertian sablon.

Fungsi dari bab II adalah sebagai landasan memvisualisasikan karya *video company profile* di bab IV dan ditarik kesimpulan di bab V

BAB III

Bab ini memuat konsep perancangan *video company profile*, identifikasi data, analisis data, dan strategi kreatif

Fungsi dari bab III adalah sebagai landasan memvisualisasikan karya *video company profile* di bab IV dan ditarik kesimpulan di bab V

BAB IV

Bab ini menjelaskan mengenai visualisasi rancangan *video company profile*

Fungsi dari bab IV adalah digunakan untuk menarik kesimpulan di bab V

BAB V

Bab ini berisi kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi dari buku-buku dan artikel dari internet