

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia kaya akan potensi alam, sumber daya manusia maupun potensi wisatanya. Banyak tempat yang menjadi objek wisata yang tentu digemari baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Wisatawan ini tidak ragu untuk mengeluarkan uang demi bisa mengunjungi objek-objek wisata tersebut. Salah satu kota yang menarik untuk dikunjungi wisatawan adalah Kota Solo. Kota Solo, merupakan salah satu daerah dari Negara Indonesia yang berada di Pulau Jawa, yang tepatnya berada di Provinsi Jawa Tengah. Potensi pariwisata di Kota Solo cukup tinggi. Objek wisata yang dikembangkan antara lain objek wisata budaya dan kuliner kuliner nya yang terkenal beraneka macam jenis dan rasanya. Kota Solo yang menyimpan banyak Sejarah budaya sangat cocok untuk sarana edukasi untuk anak-anak maupun orang dewasa agar mengenal tentang salah satu budaya di Indonesia yang perlu dilestarikan, dan banyaknya aneka ragam kuliner di Kota Solo yang seakan tidak cukup 1 hari untuk mencicipi semua kulinernya. Oleh karena itu Kota Solo merupakan Kota yang tepat untuk berlibur dan menginap untuk menghabiskan waktu bersama keluarga dan orang-orang yang dicintai.

Seiring berkembang pesatnya wisata di Kota Solo, sangat berbanding lurus dengan pesatnya perkembangan bisnis di Kota Bengawan ini. Banyak sekali para pengusaha melihat peluang usaha dari perkembangan ini, salah satunya untuk

mendirikan homestay maupun hotel maupun tempat menginap di kota Solo yang sangat di butuhkan wisatawan domestik maupun mancanegara untuk menikmati beraneka ragam wisata budaya dan wisata kulinernya. Maka dari situ tidak heran di Kota Solo sekarang ini sangat banyak sekali bermunculan hotel dan homestay yang baru, mulai dari yang biasa hingga dengan fasilitas yang memanjakan wisatawan solo.

Homestay merupakan salah satu usaha pariwisata yang dikelola oleh masyarakat di destinasi pariwisata khususnya di desa wisata. Berbentuk rumah tinggal warga desa setempat yang sebagian kamarnya disewakan kepada wisatawan serta adanya interaksi antara wisatawan dan pemilik rumah. Homestay memberikan manfaat bagi masyarakat yaitu sebagai wadah untuk berpartisipasi dalam mengembangkan pariwisata di desanya, memberikan kesempatan lapangan kerja dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, berbagai daerah mulai mengembangkan desa wisata sebagai alternatif tujuan wisata yang ditawarkan pada wisatawan..

Salah satunya Homestay D'Omah Elek. Homestay ini merupakan salah satu penginapan yang berbasis modern dan tradisional di daerah Sukoharjo dengan Fasilitas yang sangat terjangkau dan memadai, serta sangat nyaman dan ramah untuk dijadikan tempat menginap saat berkunjung di daerah Sukoharjo. Homestay dengan konsep modern namun juga tidak melupakan ciri khas dari budaya . Bagi wisatawan domestik Informasi tersebut dapat sampai kepada masyarakat tentunya ada media yang digunakan untuk menyampaikannya. Media bisa berbagai macam, seperti media elektronik, yaitu melalui iklan tayang pada televisi dan iklan suara pada radio, media cetak, melalui koran dan majalah.

Disini D'omah Elek sudah memiliki beberapa di media sosial untuk menyampaikan Informasinya. Seiring majunya perkembangan media dan sistem penyebaran informasi dengan penggunaan media sosial dengan akses penyaluran informasi yang lebih cepat, maka dibutuhkan konten promosi yang dapat secara fleksibel di salurkan di media sosial. Semakin berkembangnya jumlah wisatawan yang berkunjung di kota Solo, maka banyak hotel dan penginapan berlomba untuk menarik minat para wisatawan dengan memanfaatkan media promosi sebagai alat informasi untuk bersaing mempromosikan tempat menginap bagi wisatawan.

Promosi adalah suatu proses untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian. Fungsi dan manfaat dari promosi itu sendiri sangat banyak, diantaranya adalah : mengenalkan informasi seputar produk atau jasa yang ditawarkan, mengajak calon pelanggan yang potensial, menjaga citra dan kesan bisnis yang dibangun agar tetap relevan, melakukan peningkatan nilai pada bisnis yang sedang dijalankan, dan menjadi solusi dalam upaya untuk mempermudah proses bisnis lainnya. Ada banyak media promosi yang sekarang ini digunakan oleh pelaku bisnis untuk mengenalkan produk maupun jasanya, diantaranya adalah: menggunakan media internet, brosur, poster, banner, televisi, dan merchandise.

Promosi yang menggunakan media internet ini merupakan salah satu media promosi terkini yang banyak diminati. Di era digital seperti sekarang, promosi ini bisa dibidang sangat efektif dan efisien karena kemudahan dan luasnya jangkauan media

baik dari skala nasional bahkan sampai skala internasional. Semua orang bisa memaksimalkan media ini sebagai media promosi dalam wujud bermacam-macam, bisa berupa audio visual, dimana salah satunya berupa company profile, bisa menggunakan media sosial seperti website, WhatsApp, Facebook maupun Instagram sebagai media publikasi.

D'Omah Elek dalam melakukan promosi sampai sekarang ini hanyalah melalui akun instagram dan komunikasi langsung di aplikasi Whatsapp saja. Hal ini dilakukan karena untuk menjaga dan mengecek secara langsung bahwa yang benar-benar akan menginap di homestay D'Omah Elek elek adalah benar-benar yang sudah berkeluarga. Media promosi lain seperti company profile maupun versi cetak, D'Omah Elek sampai saat ini belum ada. Ini menjadi permasalahan sekaligus tantangan untuk membuat media promosi berupa company profile D'Omah Elek. Manfaat maupun fungsi company profile untuk D'Omah Elek tentunya sangat banyak, yaitu : D'Omah Elek bisa menunjukkan informasi yang valid dan detail, D'Omah Elek bisa menunjukkan barang atau jasa yang ditawarkan, dan D'Omah Elek bisa lebih meningkatkan branding.

Company profile yang representatif juga akan menjadi ajang promosi dalam meyakinkan para wisatawan untuk memilih D'Omah Elek sebagai tempat menginap di daerah Sukoharjo. Oleh sebab itu, berangkat dari berbagai permasalahan di atas, dibuatlah Company Profile D'omah Elek Homestay sebagai solusi dari permasalahan-permasalahan di atas utamanya adalah permasalahan dari sisi media promosi.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan-permasalahan yang timbul dalam mempromosikan Homestay Domah Elek sebagai tempat menginap agar wisatawan lebih tertarik untuk memilih Homestay Domah Elek adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat konsep perancangan company profile sebagai Media Promosi D'omah Elek agar wisatawan memilih sebagai tempat menginap ?
2. Bagaimana merancang company profile sebagai informasi tentang Homestay Domah Elek sehingga dapat menarik minat wisatawan?

C. Tujuan

Tujuan dibuat Company Profile yang berisi informasi dan promosi tentang Homestay D'omah Elek agar menarik minat wisatawan :

1. Membuat konsep company profile sebagai media promosi Homestay D'omah Elek agar wisatawan memilih Homestay D'omah Elek sebagai tempat menginap.
2. Merancang company profile dan media penunjang nya sebagai media informasi sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk memilih Homestay D'omah Elek

D. Manfaat

1. Bagi Penulis
 - a. Untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman secara langsung di dunia kerja.
 - b. Berguna untuk portofolio karya yang suatu saat berguna.

2. Bagi Perusahaan

- a. Menambah media promosi berupa company profile sekaligus memperkenalkan kepada calon konsumen.

3. Bagi Masyarakat

- a. Membantu masyarakat untuk lebih mengerti tentang fasilitas apa saja yang ditawarkan Homestay D'omah Elek melalui Video Company Profile.

E. Tinjauan Pustaka

Kegiatan penelitian ilmiah umumnya diawali dengan melakukan studi kepustakaan, guna mencari data-data untuk membangun kerangka pemikiran sebagai konsep dasar penelitian.

Tay Vaughan berpendapat dalam bukunya yang berjudul "Multimedia: Making It ' Work" Edisi ke 6, Multimedia merupakan kombinasi teks, seni, suara, animasi, dan video yang disampaikan kepada seseorang dengan komputer atau peralatan manipulasi elektronik digital yang lain. Multimedia dapat menimbulkan sensasi dasar ketika anda menggabungkan bersama semua elemen multimedia, menggabungkan gambar, mempercantik suara, membuat video klip interaktif, dan informasi tekstual mentah. Melalui multimedia kita dapat menanamkan pemikiran dan aksi dalam pikiran orang. Ketika kita memberi mereka kontrol interaktif dari proses, mereka akan terpicat. (Tay Vaughan, 2004:2)

Tymothy W. Cape dan Jim Smith berpendapat dalam bukunya berjudul Audio Visual Best Practices, Audio Visual ditujukan guna memproduksi video yang berfungsi

meningkatkan komunikasi di beberapa tempat maupun organisasi secara efisien. Fungsi dari Audio Visual adalah visual display, video dan audio recording, production dan postproduction, tampilan interaktif dan sistem presentasi audio. Audio visual diciptakan untuk menyampaikan dan mengangkut informasi kepada khalayak secara cepat dan efisien. (Tymothy W.Cape, dan Jim Smith, 2005:8).

Kedua Pustaka diatas sangat bermanfaat untuk membantu memperkuat tema dan memberikan gambaran tentang konsep dan tujuan, serta membantu menentukan rancangan penelitian yang tepat, agar menjadi penelitian yang benar dan bermanfaat.

IJSN Vol. 3, No. 1, Januari 2014:53 dengan judul “Pembuatan Video Profil Smart Preschool Kepunton Solo”. Dengan bertambahnya tahun multimedia seakan menjadi bagian dari hidup sebagai alat media informasi yang menarik, Khususnya dalam bidang publikasi. Multimedia menjadi salah satu media pendukung dalam penyampaian informasi yang efektif, Serta lebih menarik dalam penyajiannya. Dalam penlitian ini dibuat suatu media informasi dan promosi bagi SMART Preschool berupa Video Profil yang menjadikan suatu media informasi menarik untuk masyarakat agar dapat lebih mengenal atau melihat lebih nyata tentang keberadaan SMART Preschool. Metode penelitian yang digunakan yaitu study kepustakaan, observasi, wawancara, kuisisioner, analisa perancangan storyboard, pembuatan video, uji coba dan implementasi. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang kegiatan yang terdapat di SMART Preschool melalui media video profil dalam bentuk VCD. (<http://www.ijns.org/journal/index.php/ijns/article/view/129>)

Jurnal Aplikasi Bisnis Vol. 3, No. 2, 2017:625 dengan judul “Aplikasi Sony Vegas Pro 13.0 untuk pembuatan video company profile berbasis multimedia sebagai iklan pada otsukare anime cafe malang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas video company profile sebagai media iklan pada Otsukare Anime Cafe Malang. Berdasarkan pengamatan pada Otsukare Anime Cafe Malang yang hingga saat ini melakukan kegiatan promosi hanya menggunakan word of mouth (mulut ke mulut), google map, instagram, facebook, papan nama kafe, dan kartu nama dirasa masih kurang karena sebagian besar pesaing juga menggunakan media promosi yang sama, oleh karena itu dibutuhkan media promosi yang berbeda dari pesaing yaitu video company profile sebagai tambahan media promosi yang juga dapat digunakan untuk memperkenalkan perusahaan kepada calon konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Action Research (Penelitian Tindakan). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah interview guide, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa video company profile tersebut layak digunakan sebagai media iklan pada Otsukare Anime Cafe Malang. Diharapkan dengan adanya video company profile ini dapat digunakan dengan baik dan membantu perusahaan dalam mempromosikan produk dan dapat memperkenalkan perusahaan kepada calon konsumen dengan baik. (<http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/135>)

Kedua jurnal diatas memiliki manfaat bagi perancangan tugas untuk menjadi referensi dan gambaran bagaimana merancang konsep video company profile sesuai dengan judul.

Beberapa pustaka dari berbagai Universitas dengan tugas akhirnya, Duta Prihatmana Mahasiswa dari Universitas Sebelas Maret dalam Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Video Profil Museum Kereta Api Ambarawa (2010) berisi tentang perancangan video company profile Museum Kereta Api Ambarawa sebagai media promosi yang berlatar belakang tentang tempat pariwisata. Company Profile ini menceritakan tentang sejarah keadaan museum, letak geografis Museum, serta fasilitas-fasilitas yang dapat dinikmati para pengunjung di museum Kereta Api Ambarawa. (<https://fdokumen.com/document/12345441pdf.html>)

Arif Rahman mahasiswa Universitas Negeri Padang dalam Tugas Akhir berjudul Perancangan Company Profile CV Ayah dalam bentuk Booklet (2014) yang berisi tentang CV Ayah yang bergerak dalam bidang transportasi bus sehingga membutuhkan promosi ke masyarakat luas agar tidak kalah bersaing dengan banyak munculnya perusahaan transportasi baru di Padang, dimana sekarang perusahaan ini masih menggunakan Company Profile untuk mengenalkan produknya. (<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/5626>)

Contoh dua tugas akhir tersebut tentu memiliki perbedaan yaitu yang pertama Tugas Akhir Duta Prihatmana yang berjudul Perancangan Video Profil Museum Kereta Api Ambarawa (2010) berisi tentang Perancangan Video Company Profile Museum Kereta Api Ambarawa yang dijadikan sebagai media promosi berlatar belakang objek wisata. Perancangan Company profile ini tentunya ditujukan untuk para wisatawan untuk dapat mengenal dan tertarik berkunjung ke Museum Kereta Api Ambarawa.

Tugas Akhir yang kedua dari Arif Rahman yang berjudul Perancangan Company Profile CV Ayah dalam bentuk Booklet (2014) berisi tentang CV Ayah yang bergerak di bidang Transportasi sehingga tentunya sangat membutuhkan Promosi ke masyarakat luas agar lebih mengenal CV Ayah. Company Profile CV Ayah sendiri menginformasikan sebuah CV yang bergerak di bidang transportasi yang memiliki 8 armada bus dan sekaligus pelopor bus patas di kota Padang.

F. Landasan Teori

1. Perancangan

Perancangan merupakan pengembangan sistem dari sistem yang sudah ada atau Sistem yang baru, dimana masalah-masalah yang terjadi pada sistem lama diharapkan sudah teratas pada sistem yang baru. Tahap perancangan sistem mempunyai dua tujuan utama, memenuhi kebutuhan kepada pemakai sistem dan Untuk memberikan gambaran rancangan desain yang lengkap kepada ahli-ahli teknis lainnya yang terlibat (Ahmad Kausar dkk, 2015:21).

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan memiliki fungsi. (Syifaun Nafisah, 2003:2).

Pengertian-pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan, perancangan merupakan suatu proses untuk membuat atau mendesain sistmen yang baru. Kedua pengertian diatas juga bermanfaat untuk memahami teori yang dibutuhkan untuk tugas , sehingga dalam penulisan ini dapat menghasilkan karya yang baik dan bermanfaat sesuatu dengan judul.

2. Video

Video berasal dari bahasa latin yaitu dari kata vidi atau visum yang artinya melihat atau mempunyai daya penglihatan. Dalam kasus bahasa indonesia adalah teknologi pengirim sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Video adalah teknologi perekaman, pengolahan, pemindahan, dan perekonstruksian urutan gambar diam dengan menyajikan adegan-adegan dalam gerak secara elektronik video menyediakan sumber daya yang kaya dan hidup bagi aplikasi multimedia. Video merupakan gambar yang bergerak.

Apabila objek pada animasi adalah buatan, maka objek pada video adalah nyata. Video sebagai media digital yang menunjukkan susunan atau uraian gambar-gambar dan memberikan ilusi, gambaran serta fantasi pada gambar yang bergerak.

Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berturutan dalam waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang disebut dengan frame rate, dengan satuan fps (frame per second). Karena dimainkan dalam kecepatan yang tinggi maka tercipta ilusi gerak yang halus, semakain besar nilai frame rate maka akan semakin halus pergerakan yang ditampilkan. Biasanya menggunakan film se/wloid, sinyal elektronik atau media digital. (Ahmad Kausar dkk, 2015:21).

Kata video berasal dari bahasa Latin yang artinya “saya lihat”. Video adalah teknologi sinyal elektronik yang mewakilkan gambar bergerak. Aplikasi umum dari video adalah televisi. Video juga digunakan dalam aplikasi teknik, keilmuan, keamanan. Istilah video juga digunakan sebagai singkatan video tape, perekamu video, dan pemutar video (Iwan Binanto, 2010:10).

Pengertian video-video diatas dapat disimpulkan video adalah suatu gambar yang bergerak secara berurutan dalam waktu tertentu yang ditampilkan pada media-media elektronik dan juga media digital. Video juga bertujuan untuk dilihat manusia dan berguna dalam pengaplikasian umum seperti untuk keilmuan, produksi, keamanan, dan sarana promosi. Manfaat dari kedua teori diatas adalah dapat membantu memahami teori tentang video sehingga dapat memperkuat perancangan karya.

3. Company Profile

Menurut Rini dan Banu (2019) Company profile menggambarkan tentang perusahaan melalui media videografi, website, dan lain-lain dengan tujuan mempromosikan suatu perusahaan dengan ruang lingkup yang luas melalui sebuah tayangan video, website, maupun lainnya agar customer dapat menerima informasi tentang perusahaan itu secara detail dan jelas serta tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Adapun tujuan dari company profile adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan, penjelasannya sebagai berikut :

a. Menginformasikan:

1. Menginformasikan pasar tentang produk yang ditawarkan.
2. Menjelaskan cara kerja produk.
3. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan.

b. Membangun citra perusahaan:

1. Mengurangi ketakutan pembeli atau konsumen.

c. Membujuk

1. Mendorong pelanggan untuk menerima bekerja sama saat itu juga.
2. Mengubah persepsi terhadap produk atau jasa yang dijual

d. Mengingat

1. Mengingat konsumen akan tempat yang menjual produk dan jasa.
2. Membuat konsumen tetap ingat walaupun tidak ada promosi iklan.
3. Menjaga agar ingatan pertama konsumen jatuh pada produk dan jasa.

Company profile adalah merupakan identitas dari sebuah perusahaan, baik di bidang jasa maupun produk yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan. (Iwan Binanto, 2010). Dua teori diatas dapat ditarik kesimpulan, bahwa company profile adalah informasi yang menggambarkan tentang perusahaan melalui berbagai media bertujuan untuk menginformasikan, membujuk dan mempengaruhi calon konsumen.

4. Hotel / Homestay

Hotel atau Homestay merupakan tempat yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. (Sulastiyono, 2011: 5).

Bidang usaha yang menggunakan suatu bangunan atau tempat disediakan secara khusus untuk setiap orang yang menginap, makan, memperoleh pelayanan, dan fasilitas lainnya dengan pembayaran. Ciri khusus dari hotel/ home satay adalah

mempunyai tempat resto yang dikelola oleh pemilik tersebut. (Devonalita dan Yohanes, 2013:1).

Kedua teori diatas dapat disimpulkan bahwa hotel maupun Homestay adalah suatu perusahaan yang berfungsi sebagai tempat menginap dan menyediakan berbagai pelayanan seperti makanan, minuman dan berbagai fasilitas lainnya, yang dikelola langsung oleh pemilik tersebut. Teori diatas juga berguna untuk memahami tentang agar perancangan tugas lebih kuat dan tepat dengan adanya teori yang digunakan.

G. Metode Perancangan



Gambar 01. Kerangka Metode Perancangan
(sumber : <https://studioantelope.com/tahap-produksi-video/>)

Proses pembuatan video diperlukan mekanisme dan pembuatannya dilakukan secara profesional serta membutuhkan kreatifitas. Salah satu nya dengan menentukan metode perancangan. Metode perancangan yang baik diharapkan dapat menghasilkan karya yang bermanfaat secara maksimal. Metode perancangan yang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Development

Development merupakan kegiatan yang dilakukan Perusahaan ketika melakukan inovasi atau menciptakan layanan baru. Berisikan beberapa rangkaian proses riset dan pengembangan produk atau layanan yang ingin dibuat. Tujuan utama dari development ialah agar perusahaan dapat meluncurkan produk atau jasa yang orisinil dan optimal.

a. Ide / Gagasan

Ide adalah gagasan atau rancangan yang belum direalisasikan. Perancangan dalam Company Profil ini menggunakan konsep keseluruhan videografi yang membahas tentang Profil Homestay D'Omah Elek. Hal ini dilakukan agar seluruh informasi seputar Homestay D'Omah Elek secara detail bisa tersampaikan dengan maksimal kepada seluruh masyarakat yang menonton company profile ini.

b. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam Metode Perancangan adalah melakukan penelitian dengan mengunjungi Homestay D'Omah Elek. Kegiatan ini terdiri dari proses pengurusan ijin untuk pengambilan gambar, meminta data

tentang D'Omah Elek, dan juga wawancara secara langsung dengan owner D'Omah Elek. Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan data konkrit dari Homestay D'Omah Elek

c. Brief

Untuk mendapatkan data dan pengetahuan yang cukup untuk melakukan perancangan video company profile, dilakukan studi lapangan ke homestay sejenis maupun melakukan analisis karya-karya company profile. Studi lapangan dilakukan untuk mendapatkan data yang valid, sedangkan analisis karya-karya company profile dilakukan untuk mendapatkan referensi estetik maupun teknis yang bisa diterapkan agar hasil karya company profile yang dibuat bisa lebih maksimal.

d. Creative Brief

Kreatif Brief adalah dokumen yang digunakan untuk menjelaskan seluk beluk proyek untuk tim kreatif, agensi, atau desainer yang akan mengerjakannya. membantu tim kreatif membentuk strategi dari keseluruhan proyek tersebut.

Mengembangkan brief kreatif yang baik merupakan investasi yang luar biasa dalam hal waktu, efisiensi, dan menghasilkan hasil akhir yang baik.

1. Konsep Estetik

Konsep estetik menghasilkan media atau visual yang baik maka dibutuhkan konsep yang matang untuk menghindari kesalahan dalam menyampaikan pesan. Konsep visual adalah awal dari sebuah ide yang

didapat melalui sebuah proses pendekatan dan pendalaman materi dari semua permasalahan. Konsep yang telah didapat harus di eksplorasi ke dalam sebuah bentuk yang bisa memberikan pesan visual kepada target.

2. Konsep Teknis

Konsep teknis merupakan konsep media yang berkaitan dengan teknis pembuatan. Didalamnya menyangkut penggunaan peralatan yang akan digunakan untuk membuat sebuah media. Dalam konsep ini, secara teknis menggunakan peralatan yang bermacam-macam agar hasil akhir lebih maksimal.

e. Dana Investor

Dana adalah himpunan dari uang dalam jumlah tertentu dalam bentuk tunai maupun nontunai. Kata dana biasa digunakan dalam bisnis untuk menyebutkan istilah uang. Dana juga merupakan komponen utama dari analisis sebuah bisnis. Dalam artian yang lebih luas, dana juga bisa berarti modal usaha dalam menjalankan bisnis. (<https://kamus.tokopedia.com/d/dana/>)

2. 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 :

a. Breakdown Budget

Breakdown Budget adalah biaya dalam kebutuhan produksi dari beberapa departemen, yang didata secara detail.

b. Storyline

Pada dasarnya pengertian storyline adalah sebuah struktur rangkaian kejadian didalam cerita yang tersusun sebagai urutan dari bagian cerita pada seluruh fiksi. Dalam produksi company profile ini storyline yang digunakan bukan merupakan storyline secara utuh akan tetapi hanya sebagai panduan saja untuk tim produksi

1. Begenning (Awal Cerita)

Pengenalan Sejarah homestay D’Omah Elek, yang berdiri sejak tahun 2017, dan pengenalan lokasi Main Interior serta D’Sawah yang ada di dalam lokasi D’Omah Elek, kemudian seberapa luas area pemasaran homestay D’Omah Elek yang sudah mereka lakukan, dan dari mana saja konsumen yang sudah singgah di homestay D’Omah Elek.

2. Midlle (Tengah Cerita)

Memperkenalkan fasilitas unggulan di homestay D’Omah Elek, workshop dan produk Main Interior, view dan juga menu makanan yang ada di D’Sawah Resto

3. End (Akhir Cerita)

Memperkenalkan konsumen dan juga portofolio unggulan di homestay D’Omah Elek, workshop dan produk Main Interior, dan juga D’Sawah Resto.

c. Storyboard

Proses perancangan storyboard pada Company Profile homestay D’Omah Elek ini berisi penyusunan cerita setiap scene pada Video tersebut, sehingga di susunan dengan dimasukan waktu setiap scene, isi setiap scene, dan urutan per scene, sehingga mempermudah saat masuk tahap Produksi.

3. Produksi

Setelah semua proses Pra Produksi sudah siap, maka tahap selanjutnya adalah proses produksi. Tahap produksi ini merupakan tahap dimana visual mulai diproduksi sesuai dengan konsep pada tahap pra-produksi. Pada tahap ini proses yang dilakukan adalah pembuatan source visual, penempatan visual, penambahan effect, dan audio.

a. Pembuatan visual

Pembuatan visual sesuai dengan konsep pada tahap pra-produksi, dengan konsep elegan cinematographic.

b. Efek visual

Visual Effect atau VisualFX adalah pemberian effect tertentu ke dalam sebuah video atau film yang merupakan perpaduan dari gambar syuting asli dengan obyek rekayasa komputer serta obyek lainnya, yang bertujuan untuk menciptakan adegan yang realistis sesuai dengan tuntutan scenario.

(<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jkt/article/view/55/41>)

c. Audio

Dalam proses editing suara menjadi element penting, suara meliputi backsound dan voice over, peran suara akan menambah kesan dalam video dan pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah video menjadi lebih mudah diterima penonton.

4. Paska Produksi

Paska Produksi yaitu proses yang dilakukan setelah Pra Produksi dan Produksi terpenuhi semua. Proses terakhir dari pembuatan Company homestay D'Omah Elek, dengan mengerjakan beberapa hal seperti berikut ini:

a. Editing

Editing adalah proses mengorganisir, reviewing, memilih, dan menyusun gambar dan suara hasil rekaman produksi. Editing harus menghasilkan tayangan gambar yang padu dan cerita yang penuh makna sesuai apa yang telah direncanakan sebelumnya yaitu untuk menghibur, menginformasikan, memberi inspirasi dan lainnya (Roy Thompson and Christopher J. Bowen, 2009: 1). Proses Editing yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi Adobe Premier Pro, Adobe After Effect, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, dan CorelDraw.

b. Rendering dan Testing

Rendering

Rendering adalah proses membangun sebuah gambar dari model dengan menggunakan aplikasi pada komputer. bahasa sederhananya adalah proses membuat gambar hasil akhir dari sebuah desain mentah yang masih terpisah, masih belum bersih, tidak menentu dan lain-lain. jadi dengan rendering, kita bisa mengetahui seperti apa

hasil akhir dari sebuah model atau desain yang sudah di buat. (Sumber; <https://www.grafis-media.website/>). Saat pembuatan company profile homestay D’Omah Elek, pada aplikasi adobe premier setelah selesai diolah selanjutnya dilakukan rendering, pada aplikasi after effect juga dilakukan rendering setelah elemen graphic dan efek sudah selesai dikerjakan.

Testing

Menurut Hetzel 1983 Menurutnya testing merupakan aktivitas yang digunakan untuk dapat melakukan evaluasi suatu paramter ataupun kemampuan dari program atau sistem serta memastikan apakah sudah memenuhi kebutuhan ataupun hasil yang diharapkan.(Sumber; <https://dosenpintar.com/>). Tahap testing ini guna untuk ujicoba apakah video Company Profile tersebut sudah layak untuk di tampilkan dan di publikasi atau belum.

5. Distribusi

Dalam pandangan Alex S. Nitisemito, distribusi adalah lembaga-lembaga penyalur atau distributor yang berkegiatan menyalurkan barang-barang maupun jasa-jasa dari produsen kepada konsumen. Definisi Alex S. Nitisemito ini menonjolkan pentingnya keberadaan distributor dalam proses produksi dan konsumsi barang maupun jasa. Keberadaan distributor dalam pandangannya bukan hanya saluran yang diciptakan oleh produsen, namun juga dapat berdiri independen sebagai suatu lembaga tersendiri di luar produsen dan konsumen. (<https://www.kozio.com/term/distribusi/>).

Video Company Profile homestay D’Omah Elek juga bertujuan untuk didistribusikan dengan mengiklankan antara lain:

a. Stasiun TV Lokal

Perkembangan pesat industri media dalam era globalisasi saat ini, ditandai dengan bermunculannya media massa baru, baik elektronik maupun cetak. Perkembangan media massa, baik media massa cetak maupun media massa elektronik yang semakin beragam didukung oleh kemajuan teknologi komunikasi yang canggih. Pergerakan eksistensi stasiun televisi dari pusat ke daerah, dimana juga terjadi perubahan dominasi kepemilikan stasiun TV dari pengusaha metropolitan kelas atas ke kalangan pengusaha menengah di daerah, menunjukkan realitas bahwa usaha stasiun TV cukup menjanjikan secara ekonomis dengan kata lain belum ada stasiun TV yang gulung tikar di Indonesia. (<https://media.neliti.com/media/publications/42407-ID-strategi-komunikasi-pemasaran-gajayana-tv-dalam-mendapatkan-pengiklan-komersial.pdf>).

Adanya Stasiun TV lokal ini akan dimanfaatkan semaksimal mungkin dalam upaya promosi sehingga Video Company Profil homestay D'Omah Elek bisa ditayangkan di tv lokal, hal tersebut sangat strategis untuk melakukan promosi ke seluruh tempat.

b. Media Sosial

Dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia, sudah jelas potensi digital marketing melalui pemanfaatan sosial media memiliki peluang lebih besar. Hal ini juga didukung dengan lama rata-rata orang di Indonesia menghabiskan waktu berselancar di dunia maya, yaitu sekitar 6 jam 43 menit

setiap harinya. Bisa dikatakan, seperempat dari kehidupan masyarakat Indonesia dihabiskan untuk menggunakan internet.

Karena itulah, para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM dan UMKM), juga para pemilik bisnis lainnya, perlu memanfaatkan sosial media sebagai media promosi demi meraih pasar yang lebih luas. Social media marketing adalah proses pemasaran yang dilakukan melalui pihak ketiga, yaitu website berbasis sosial media, seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, bahkan TikTok. (<https://www.redcomm.co.id/knowledges/7-manfaat-promosi-di-sosial-media-yang-wajib-diketahui>)

H. Sistematika Penulisan

Perancangan tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat perancangan, tinjauan pustaka, landasan teori apa digunakan dalam perancangan dan juga tentang sistematika penulisan. Fungsi dari bab I ini adalah sebagai dasar atau landasan awal dari objek yang diangkat sehingga bisa dijabarkan secara lebih detail pada bab II .

BAB II

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai perancangan, hotel, promosi, company profile, video, dan camera movement. Bab ini memiliki fungsi sebagai landasan dalam memvisualisasikan karya video company profile di bab IV.

BAB III

Bab ini berisi tentang konsep perancangan video company profile, identifikasi data, analisis data, dan strategi kreatif. Bab ini juga memiliki fungsi sebagai landasan memvisualisasikan karya video company profile di bab IV dan ditarik kesimpulan di bab V.

BAB IV

Bab ini berisi tentang perwujudan karya dan juga penjelasan mengenai visualisasi karya video company profile. Bab ini juga memiliki fungsi untuk menarik kesimpulan di bab V.

BAB V

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.