

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi saat ini sangatlah mempengaruhi berbagai segi bidang kehidupan, diantaranya dunia bisnis. Banyak hal yang telah ikut berubah seperti perekonomian, pola kehidupan masyarakat (konsumen), maupun teknologi informasi yang merupakan bagian penting dalam aktifitas proses bisnis. Perubahan seperti ini membuat setiap perusahaan harus dapat beradaptasi dengan baik agar dapat bertahan dan bersaing secara berkesinambungan.

Adanya perubahan ini, menyebabkan perkembangan dunia usaha pun semakin pesat yang menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan dalam menjaring konsumen. Adanya persaingan ini menuntut perusahaan untuk dapat mengambil keputusan yang tepat dalam menentukan program-program atau tindakan-tindakan yang harus segera dilakukan agar menarik minat konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Media promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mempertahankan kehidupan bagi perusahaan itu sendiri. Karena melalui promosi ini, perusahaan dapat dikenal dimasyarakat.

Perkembangan teknologi informasi khususnya teknologi multimedia yang kini kian terasa penggunaannya khususnya dalam dunia bisnis seperti sebagai media presentasi, terasa sangat membantu produsen dalam

mempromosikan perusahaannya. Sebab multimedia merupakan salah satu teknologi yang mendukung berbagai media interaksi untuk menghasilkan suatu sistem yang menarik. Penggunaan multimedia mampu membuat suatu trobosan baru dalam menciptakan dinamika kemasan data dan informasi dengan cara yang berbeda, bukan dengan teks statis tetapi dengan animasi teks, gambar, suara, serta video.

Company profile merupakan pencitraan dari profesionalitas sebuah perusahaan yang dapat digunakan sebagai alat marketing yang efektif karena terdapat unsur visual berupa gambar dan teks, terlebih lagi jika ditambahkan unsur multimedia yang lain akan membuat desain company profile terlihat lebih menarik dan dapat membuat klien terkesan. Company profile yang kurang menarik akan menimbulkan ketidakpercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan terutama penyedia jasa.

Video company profile merupakan bentuk multimedia dari desain company profile, dalam video ini klien dapat berinteraksi dan leluasa mengatur jalannya tampilan company profile secara langsung. Video company profile juga dilengkapi dengan gambar bergerak atau animasi untuk membuat tampilan video lebih menarik.

Untuk mewujudkan harapan agar olahraga prestasi dapat membudaya di kalangan masyarakat. Perlu di lakukan langkah langkah strategis, bertahap dan berkesinambungan. Salah satu cara untuk menumbuhkan motivasi, dilingkungan masyarakat sesuai dengan karakteristik masing masing wilayah.

Dari hasil identifikasi diolah dan di analisa di wilayah Kabupaten Sragen. Ternyata terdapat potensi yang relatif besar untuk pengembangan prestasi olahraga, khususnya pada cabang bola basket. Salah satu indikator dari potensi tersebut adalah bawa atlit atlit peserta didik binaan Bison Patriot Indonesia berhasil menjuarai kompetisi. Dari tingkat kabupaten eks-Karesidenan Surakarta maupun tingkat Provinsi Jawa Tengah.

Melihat kondisi tersebut di atas Sekolah basket Bison Patriot Indonesia sebagai salah satu dari sekian banyak Sekolah basket yang ada di kawasan Kabupaten Sragen. Saat ini ingin membenahi sarana pengenalan identitasnya sebagai sekolah basket yang meningkatkan citra sehingga mudah dikenal oleh masyarakat. Dengan mempromosikan perbedaan ciri-ciri yang tidak dimiliki sekolah basket lainnya. Oleh karena itu pihak pengelola mengadakan usaha untuk memperkenalkan jasa yang ditawarkan dengan membuat kembali media promosi yang dapat meningkatkan daya tarik masyarakat untuk datang dan bergabung di sekolah basket Bison Patriot Indonesia. Pihak Sekolah basket Bison Patriot Indonesia perlu melakukan suatu usaha kreatif, agar dapat tetap sukses dan menumbuhkan citra yang bagus dimasyarakat serta lebih dikenal lagi di masyarakat.

Dengan latar belakang kondisi tersebut Coach Fajar Agus Triyanto AMd. Mulai tanggal 10 Agustus 2011 telah merintis pendirian sekolah basket dengan nama “ Bison Patriot Indonesia” di kota Sragen.

Penulis mengangkat “Sekolah basket Bison Patriot Indonesia” sebagai judul Tugas Akhir tentunya dengan segala pertimbangan. Dimana sekolah

basket ini memiliki potensi yang besar untuk bersaing dengan sekolah basket lainnya yang bergerak di bidang olahraga. Hampir seluruh wilayah Surakarta berdiri sekolah basket menawarkan fasilitas yang sama membuat persaingan semakin sulit. Maka dari itu Sekolah basket yang telah lama berdiri harus memiliki inovasi baru dalam menarik masyarakat. Agar sekolah basket tersebut tetap aktif seiring banyaknya sekolah basket baru yang berdiri. Ada beberapa sekolah basket yang telah lama berdiri akan tetapi tetap eksis bahkan sangat terkenal dikalangan masyarakat, hal itu disebabkan karena sekolah basket tersebut telah memiliki nama dan citra yang bagus di kalangan masyarakat berupa prestasi yang masih melekat hingga sekarang.

Merasa media yang ada selama ini kurang menarik dan perlu adanya penambahan media promosi yang lebih informatif untuk mempromosikan Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia, inilah yang membuat penulis tertarik untuk mengangkat tema dan permasalahan promosi ini. Dalam hal ini perancangan media komunikasi visual sangatlah diperlukan dalam membuat sebuah media promosi. Dimana dengan berpegang pada ilmu-ilmu desain dan kriteria-kriteria desain maka akan tercipta sebuah media promosi yang informatif dan menarik.

Dari uraian tersebut diatas, penulis tertarik untuk mengangkatnya menjadi topik Tugas Akhir, yang selanjutnya akan diberi judul “PERANCANGAN MEDIA VIDEO PROFILE SEKOLAH BASKET BISON PATRIOT INDONESIA DI SRAGEN”.

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana konsep perancangan Video Company Profile yg menarik klien?
2. Bagaimana merancang Video Company Profile yang dapat menarik minat klien dan meningkatkan citra Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia?

C. Tujuan Perancangan

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka tujuan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “PERANCANGAN MEDIA VIDEO PROFILE SEKOLAH BASKET BISON PATRIOT INDONESIA DI SRAGEN” adalah :

1. Merancang konsep Video Company Profile Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia yang sederhana dan menarik untuk masyarakat umum.
2. Merancang suatu Video Company Profile sebagai media promosi yang presentatif, interaktif dan menarik. Sehingga dapat membantu Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia bersaing dengan sekolah basket lain yang sejenis.

D. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis :

- a. Menerapkan ilmu- ilmu yang diperoleh selama kuliah.
- b. Mengetahui kondisi sebenarnya yang terjadi di dunia kerja.
- c. Membandingkan teori- teori yang di dapat selama kuliah dengan masalah sebenarnya di dunia kerja.
- d. Sebagai pengalaman kerja penulis.
- e. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan strata satu (S1) Jurusan Desain Komunikasi Visual di Universitas Sahid Surakarta.

2. Bagi Universitas :

- a. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menguasai materi teori yang telah diperoleh selama kuliah.
- b. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan ilmunya dan sebagai bahan evaluasi.
- c. Memberikan gambaran tentang kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja yang sebenarnya.

3. Bagi Perusahaan :

- a. Memberikan informasi yang lengkap dan akurat mengenai perusahaan melalui Video Company Profile kepada calon peserta didik baru atau dengan relasi bisnis.
- b. Membantu ketika presentasi tentang perusahaan kepada peserta didik baru atau relasi bisnis.
- c. Mempermudah pemasaran dalam meningkatkan daya saing perusahaan.

E. Tinjauan Pustaka

Peneliti terdahulu telah menyusun jurnal dengan judul “ Pembuatan Video Company Profile berbasis multimedia di hotel Taman Sari Karanganyar Kabupaten Karanganyar “ pembuatan video company profile ini menggunakan metodologi diantaranya : Kepustakaan, observasi, wawancara, analisis, perancangan, pengambilan gambar dan capturing, editing dan perekam suara, uji coba dan implementasi. 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 akhirnya 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 di dapat dari karya tugas akhir di atas adalah bagaimana agar video company profile ini dapat memaksimalkan sebuah produk dari perusahaan.

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

M. Irfan (2013) Penyusun tugas akhirnya yang berjudul “ Pembuatan Video Company Profile Pada Belukar Merch di Kelurahan Jayengan Kecamatan

Serengan Kota Surakarta “ 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 di dapat 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>)

F. Landasan Teori

1. Perancangan

Pengertian perancangan menurut bin Ladjamudin (2005:39) “Perancangan adalah tahapan perancangan (design) memiliki tujuan untuk mendesain system baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternative sistem yang terbaik”.

Perancangan menurut Kusri dkk (2007:79) “perancangan adalah proses pengembangan spesifikasi sistem baru berdasarkan hasil rekomendasi analisis sistem”.

Hasil dari pengertian dua ahli yang diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian adalah proses pengembangan spesifikasi system baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang sedang dihadapi.

2. Video

Video adalah gambar-gambar dalam itame di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layer terlihat gambar itu hidup. Media ini pada umumnya digunakan untuk tujuan hiburan, dokumentasi, dan pendidikan. Video dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi

sikap. Saat ini ada dua kategori video , yaitu video analog dan video digital.

a. Video Analog

Video analog mengodekan informasi gambar dengan memvariasikan voltase atau frekuensi dari sinyal. Seluruh system sebelum video digital dapat dikategorikan sebagai video analog. Video analog mempunyai dua format, yaitu format elektrik dan format kaset. Video analog dalam format pengodean adalah sebagai berikut:

- 1) NTSC
- 2) PAL
- 3) SECAM

Sedangkan video analog dalam format elektrik adalah sebagai berikut :

- 1) RF
- 2) Composite Video
- 3) Component Video
- 4) S-Video
- 5) RGB

Video analog dalam format kaset adalah sebagai berikut :

- 1) Ampex
- 2) VERA (BBC)
- 3) U-matic (Sony)
- 4) Betamax (Sony)
- 5) Betacam
- 6) Betacam SP
- 7) VHS (JVC)
- 8) S-VHS (WC)
- 9) VHS-C (JVC)
- 10) Video 2000 (Philips)
- 11) 8mm tape
- 12) Hi8

b. Video Digital

Video digital dapat disebut array 3 dimensi dari piksel berwarna. 2 dimensi melayani arah spasial dari gambar bergerak (horizontal dan vertical) satu dimensi lainnya akan merepresentasikan domain waktu.

Arsitektur video digital tersusun atas sebuah format untuk mengodekan dan memainkan kembali file video dengan Computer dan menyertakan sebuah pemutar (*player*) yang mengenali dan membuka file yang dibuat untuk format tersebut. Contoh arsitektur video digital di antaranya adalah Apple QuickTime , Microsoft Windows Media Format, dan Real NetWork Real Media. Format video yang terkait dengan arsitektur tersebut adalah QuickTime movie (.mov), Audio Video Interleaved (avi), dan RealMedia (.rm). Beberapa pemutar dapat mengenali dan memainkan lebih dari satu format file video. Berikut ini merupakan video digital dalam format kaset:

- 1) DI (Sony)
- 2) D2 (Sony)
- 3) D3
- 4) D4
- 5) D5
- 6) Digital Batacam (Sony)
- 7) Betacam IMX (Sony)
- 8) D-VHS (JVC)
- 9) DV
- 10) MiniDV
- 11) MicroMV

c. Digital8 (Sony)

Video digital sebenarnya terdiri atas serangkaian gambar digital yang ditampilkan dengan cepat pada kecepatanyang konstan. Banyaknya gambar didalam video disebut frame. Satuan ukuran untuk menghitung frame rata-rata yang ditampilkan disebut frame per second (FPS). Setiap

frame merupakan gambar digital yang terdiri dari raster pixel. Gambar digital akan mempunyai lebar sebanyak W pixel dan tinggi sebanyak H pixel. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa frame size adalah $W \times H$.

Pixel mempunyai satu *property*, yaitu warna. Warna pixel direpresentasikan dengan jumlah bit yang tetap. Semakin banyak bit, semakin banyak variasi warna yang dapat dihasilkan. Hal ini disebut dengan color depth (CD) dari video. Sebagai contoh, sebuah video yang mempunyai durasi (T) 1 jam (3.600 sec), frame size 640 x 480 ($W \times H$) dengan color depth 24 bit, dan *frame rate* 25 fps .

3. Teknik Pengambilan Gambar

Shot adalah unsur terkecil dari sebuah struktur ilmu yang utuh, yang dapat dilihat pesan dari shot itu sendiri. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengambilan gambar yaitu: faktor manusia, faktor ruang, faktor waktu, faktor peristiwa dramatik dan faktor suara. Faktor manusia ditampilkan untuk melambangkan perwatakan atau masalah dalam sebuah film. Faktor manusia menjadi bagian integral dengan peristiwa yang ingin disajikan dalam film.

Faktor ruang ada dua macam, yaitu ruang alami dan non alami. Ruang alami adalah ruang yang sesungguhnya untuk sebuah peristiwa yang terjadi. Ruang non alami adalah ruang pengganti yang dipakai untuk menggambarkan suatu peristiwa atau biasa disebut studio. Biasanya untuk non alami seperti studio *bluescreen* atau *green screen*, sehingga dalam pengeditan latar belakang hijau atau biru dapat diganti latar belakang ruang alami atau kreasi dari 3 dimensi. Faktor suara berfungsi sebagai informasi ruang, waktu dan peristiwa. Pada awalnya faktor ini hanya sebagai pelengkap dan penunjang visual saja.

4. Camera Angle

Posisi kamera yang mengarah pada obyek tertentu berpengaruh terhadap makna dan pesan yang akan disampaikan. Banyak juru kamera tidak terlalu memperhatikan sudut pandang kamera, karena dianggap sepele. Sudut pengambilan high angle berbeda maknanya dengan low angle

dengan low angle, menjadikan obyek yang ditangkap menjadi lebih besar dan megah, sedangkan high angle, menjadikan obyek terasa kecil. Pada prinsipnya teknik pengambilan gambar meliputi sudut pengambilan, ukuran shot, gerakan obyek dan gerakan kamera.

Sudut pengambilan gambar ada lima macam yaitu *bird eye view*, *high angle*, *eye level*, *low angle*, dan *frog eye*. Masing-masing mempunyai fungsi yang berbeda sehingga karakter dan pesan yang dikandung tiap shot akan berbeda pula. *Bird view* adalah suatu Teknik pengambilan gambar dengan posisi kamera di atas ketinggian obyek yang direkam. Tujuannya adalah memperlihatkan obyek-obyek yang ditangkap terkesan lemah, sehingga penonton merasa iba dan tergerak hatinya.

High angle adalah Teknik pengambilan gambar dari atas obyek, tetapi lebih rendah dari bird view, Tujuannya adalah obyek yang ditangkap terkesan dilemahkan dan tak berdaya .

Low angle adalah pengambilan gambar dari bawah obyek. Kesan yang ditimbulkan obyek menjadi terkesan dominan dan besar.

Eye level adalah pengambilan gambar yang sejajar dengan posisi obyek. Sudut pengambilan ini yang paling sering dilakukan oleh juru kamera. Sudut pengambilan ini kurang mengandung kesan tertentu, namun harus diperhatikan komposisi pada frame agar enak dilihat.

Frog eye adalah Teknik pengambilan gambar yang dimana posisi kamera sejajar dengan posisi dasar dari sebuah obyek. Kesan yang ditimbulkan adalah dramatis , karena memperlihatkan suatu visual yang menarik tapi diambil dengan variasi tisak seperti biasanya.

5. Frame Size

Ukuran gambar (*frame size*) dalam setiap shot memiliki maksud dan maknanya sendiri-sendiri, untuk itu juru kamera dituntut untuk memahami ukuran gambar yang disesuaikan dengan kebutuhan scenario dengan adegan *Extreme Close Up* (ECU) yaitu ukuran sangat dekat sekali dengan obyek memiliki makna menampilkan detail dari sebuah obyek . *Big Close Up* (BCU) yaitu dari batas kepala hingga dagu obyek, memiliki kesan

menampilkan obyek untuk menimbulkan ekspresi tertentu. *Close Up* (CU) yaitu dari batas kepala hingga leher bagian bawah, memiliki kesan memberikan gambaran obyek secara jelas. *Medium Close Up* (MCU) yaitu dari batas kepala hingga dada ke atas, memiliki kesan menegaskan profil seseorang. *Medium Shot* (MS) yaitu dari batas kepala sampai pinggang (perut bagian bawah), memiliki kesan memperlihatkan seseorang dengan tampaknya. *Full Shot* (FS) yaitu dari batas kepala hingga kaki, memiliki makna memperlihatkan obyek dengan lingkungan sekitar. *Long Shot* (LS) yaitu obyek penuh dengan latar belakangnya, memiliki makna menonjolkan obyek dengan latar belakangnya.

6. Obyek Bergerak

Umumnya jika juru kamera membidik obyek yang tidak bergerak tentu sangat mudah karena tinggal mengatur komposisi saja. Namun jika obyeknya bergerak, contohnya orang, maka dia akan bergerak dinamis.

Untuk dapat mengikuti obyek terus menerus, dapat juga digunakan alat bantu mendekati kamera disebut *walk in*. Untuk obyek yang masuk ke *frame* kamera disebut *in frame*, sebaliknya obyek keluar dari *frame* keluar kamera disebut *out frame*.

7. Gerakan Kamera

Zoom in dan *Zoom out*, secara fisik kamera tidak bergerak, yang tekan hanyalah tombol zooming. Jika ditekan ke belakang maka menimbulkan efek obyek menjauh, sebaliknya ditekan ke depan, maka menimbulkan efek obyek mendekat.

Tilting, gerakan kamera ke atas dan gerakan kamera ke bawah, biasanya untuk menampilkan sosok tertentu dan menimbulkan rasa penasaran penonton, ada dua macam *tilting* yaitu *tilt up* dan *tilt down*. *Dolly Shot*, pengambilan gambar dengan menggunakan *dolly* yang bias digerakan maju dan mundur.

Panning, pengambilan gambar yang menggerakkan posisi kamera dari kiri ke kanan atau sebaliknya. Menampilkan kesan urutan obyek secara rapi. Untuk *panning*, juru kamera tidak boleh terlalu cepat karena

berdasarkan psikologi penglihatan bahwa seseorang penonton akan mampu mengidentifikasi obyek dalam waktu minimal 3 detik. Kurang dari itu , maka penonton akan sulit mengenali obyek yang dilihatnya.

Crane shot, atau biasa disebut *jimmy jib*, dengan Panjang sekitar 9 meter, alat ini dilengkapi tombol *zoom*, dan dilengkapi monitor kecil. Kelebihannya adalah dapat menggunakan berbagai macam *angle*, disbanding dengan *handheld. Follow*, kamera bergerak mengikuti obyek, dan alat bantu nya dapat menggunakan rel, kendaraan dan lainnya.

8. Company Profile

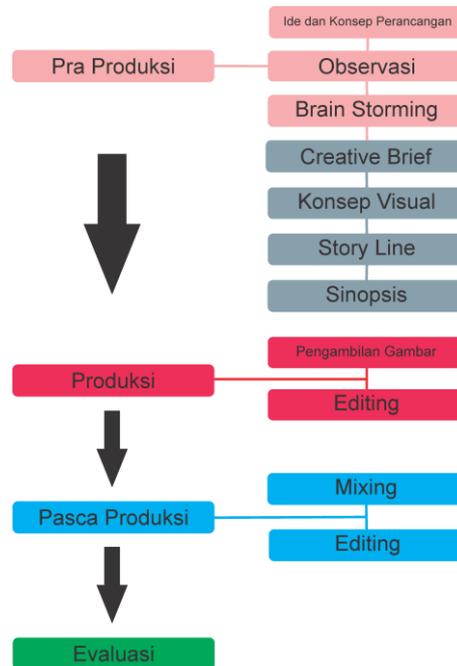
Company profile (Rachmat Kriyantono, 2008) adalah produk tulisan praktisi PR yang berisi gambaran umum perusahaan.

Company Profile merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun grafik yang mengangkat corporate value serta product value serta keunggulan perusahaan dibandingkan pesaing berdasarkan kedua value diatas.

Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan ada perusahaan yang memilih membuat company profile berdasarkan kepentingan publik sasaran. Ada *company profile* yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang mempunyai bidang usaha luas dan publik yang berbeda-beda.

Tujuan pembedaan *company profile* adalah untuk menciptakan kepuasan public. Publik akan puas jika kepentingannya terpenuhi. Salah satunya adalah kepentingan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkannya tentang aktivitas perusahaan. Berikut disampaikan perbedaan kepentingan di antara publik.

G. Metode Perancangan



Gambar 1 . Bagan Metode Perancangan (Sumber : Irsa Tri Wijayanto)

1. Ide dan konsep perancangan

Ide adalah gagasan atau rancangan yang masih dalam pemikiran (kamus besar bahasa Indonesia edisi kedua 1994). Dan dalam perancangan video company profile Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia akan menggunakan konsep cerita yang menggambarkan aktifitas dan keteladanan murid murid Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia yang terarah, terdidik, cerdas, terkonsep dan berkepribadian.

2. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai penelitian dan pengamatan (kamus besar bahasa Indonesia edisi kedua 1994). Pembuatan karya tugas akhir ini observasi dilakukan dengan membaca skripsi, tugas akhir, melihat video kumpulan kumpulan video company profile,

melihat cara cara pengambilan gambar, dan melakukan peninjauan langsung ke lokasi (Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia).

3. Brief

Perancangan struktur cerita

- a. Sinopsis : Inti dari video company profile tersebut adalah memperkenalkan Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia kepada masyarakat melalui video.
- b. Storyline : Alur yang digunakan adalah alur cerita maju , maksudnya cerita berjalan sesuai dengan arah berjalannya waktu kedepan.
- c. Konsep Visual : Pada bagian ini scrip cerita yang akan menjadi acuan pengambilan gambar hingga pengeditan.

4. Brainstorming

Berdasarkan brief, dilakukan pengembangan ide dengan berkonsultasi ke dosen pembimbing, klien dan berdiskusi dengan teman. Bertujuan agar memperoleh referensi dan masukan yang membuat konsep video semakin baik.

5. Creativebrief

Creativebrief disini akan membuat sebuah video company profile untuk memperkenalkan untuk memperkenalkan sebuah sekolah ketrampilan olahraga khususnya bermain basket. Karena dengan adanya sekolah basket bisa memberikan pelatihan permainan basket untuk mendidik menjadi atlit basket dengan cara terkonsep dan pelatihan yang

sesuai acuan FIBA 2018. Dengan mengedepankan anak-anak sekarang jangan sampai terjerumus kedalam pergaulan yang negative.

6. Produksi

Dalam tahap ini merupakan suatu proses pembuatan video company profile mulai dari pengambilan gambar sampai pengeditan dan menjadi sebuah video company profile, dan juga berdasarkan skrip yang telah dibuat sebelumnya.

7. Evaluasi

Melakukan evaluasi karya yang dibuat sebelum dalam hal ini video company profile Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia di sebarakan sebagai media promosi Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penyusunan tugas akhir sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

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

Fungsi dari bab I adalah di gunakan sebagai bahan penjabaran untuk bab II, bab III, bab IV, V

BAB II IDENTIFIKASI DATA

Pada bab ini berisikan tentang identifikasi data, sejarah, segmentasi pemasaran, pengertian Analisa SWOT.

Fungsi bab II adalah sebagai acuan memvisualisasikan karya video company profile di bab IV dan di tarik kesimpulan di bab V.

BAB III ANALISA DATA & KONSEP PERANCANGAN

Bab ini memuat konsep perancangan video company profile, identifikasi data, analisis data dan strategi creative.

Fungsi dari bab III adalah ebagai landasan memvisualisasikan karya video company profile di bab IV dan di Tarik kesimpulan di bab V.

BAB IV PERWUJUDAN KARYA

Bab ini menjelaskan mengenai visualisasi rancangan video company profile.

Fungsi dari bab IV adalah di gunakan untuk menarik kesimpulan di bab V.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi dari buku buku dan artikel dari internet.