

BAB III

ANALISA DATA & KONSEP PERANCANGAN

A. Analisa Data

1. Gambaran Umum Sekolah Basket Bison Patriot Academy

BISON PATRIOT INDONESIA adalah sebuah Sekolah basket yang fokus dalam pembibitan atlit basket. Bermula dari sekumpulan anak muda yang suka bermain basket pada awal tahun 1998 di SMP N 2 Sragen membentuk sebuah Club Bola Basket yang di sebut BISON. Dari itu mereka mengajak teman teman seumuran mereka untuk menenkuni olahraga basket di daerah Sragen. Setelah berjalan satu tahun, minat anak muda di kota sragen sangat besar untuk bermain basket. Maka dari itu BISON membentuk Club yang awalnya hanya untuk bersenang senang berubah menjadi fokus untuk menciptakan bibit bibit unggul dalam cabang olahraga basket.

Seiring berjalan selama 10 tahun lebih BISON kekurangan SDM dalam segi kepelatihan. Dengan berkurangnya pelatih yang fokus dalam pekerjaannya masing masing, Club Bison sempat kewalahan dalam melatih siswa siswanya. Dan mengalami penurunan dalam mencetak bibit unggul. Maka dari itu Coach Agus Fajar Triyanto AM.d mengambil alih dalam kepemilikan Club BISON tersebut dan di ganti nama dengan BISON PATRIOT INDONESIA.

2. Profil Perusahaan

Nama : Bison Patriot Indonesia

Alamat : Jl. Raya Sukowati No. Widoro, Sragen Wetan,
Sragen, Jawa Tengah.

Pendiri : Fajar Agus Triyanto Am,d

Akta pendirian : 10 Agustus 2011

Bidang usaha utama : Pendidikan Olahraga

Jasa spesifik : Pelatihan Olahraga Cabang Olahraga Basket

Email / website : fajarrabbit82@gmail.com

3. Visi dan Misi BISON PATRIOT INDONESIA

a. Visi

“ Play Hard, Play Smart, Enjoy The Game “

(Bermain Keras, Bermain Cerdas, Nikmati Permainan) dalam arti, BISON PATRIOT INDONESIA mengajarkan olahraga basket yang mempunyai kekuatan fisik keras tapi beratititude dengan mengajarkan fundamental skill agar pelatihan di BISON PATRIOT INDONESIA mempunyai tekad yang keras untuk memenangkan pertandingan dan tanpa mengurangi rasa toleransi kepada lawannya. Bermain cerdas menggunakan skill yang di ajarkan di pelatihan secara maksimal dengan pembelajaran yang selalu mengingatkan untuk selalu menggunakan otak dan berfikir untuk berkompetisi tidak hanya mengandalkan kekuatan fisik saja. Setelah kedua sistem pelatihan tersebut berhasil

kami akan mengajarkan bagaimana caranya untuk menikmati pertandingan agar merasa senang dan puas dengan permainan basket.

b. Misi

- 1) Memberdayakan masyarakat di sekitar.
- 2) Membangun kredibilitas olahraga basket dengan spesialisasi terprogram.
- 3) Memberdayakan anak muda, gagasan atau konsep olahraga basket yang mempunyai orientasi memajukan SDM di wilayah Kabupaten Sragen.
- 4) Membantu membangun, mempertahankan atau mengembangkan *image* dan citra perusahaan.

4. Logo Perusahaan



Gambar 2 . Logo Sekolah Bison Patriot (Sumber : Bison Patriot)

5. Struktur Perusahaan

Struktur organisasi yang dibentuk mempunyai tujuan agar

menciptakan suatu tata kerja yang efektif dan efisien. Untuk mencapai tujuan tersebut, sebuah perusahaan perlu membuat pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang jelas antar divisi kerja. Setiap divisi kerja akan bertanggung jawab penuh atas bagiannya, agar tercipta sebuah kerja yang profesionalitas.

B. SEGMENTASI

1. Target Market

Tujuan utama dalam pembuatan video company profile ini untuk mengenalkan Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia kepada masyarakat khususnya di bidang ketrampilan berolahraga basket. Dari orang tua yang ingin anaknya mempunyai ketrampilan dalam bidang olahraga basket di tingkat Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) dan juga Umum. Dan target market tersebut dapat ditinjau pada segmentasi berikut :

a. Segmentasi Geografis

- 1) Wilayah Khusus : Kabupaten Sragen
- 2) Wilayah Umum : Kotamadya Surakarta

b. Demografi dan Sosiologi

- 1) Umur : 7 – 20 tahun
- 2) Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- 3) Kelas sosial ekonomi : Semua kalangan masyarakat
- 4) Pendidikan : SD – SMP – SMA – UMUM

c. Segmentasi Psikografi

Anak-anak Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) dan UMUM yang sedang mencari sekolah basket untuk mengasah ketrampilan mereka dalam bidang olahraga basket.

d. Behavior

Anak-anak yang ingin mencari sekolah basket dan menambah teman serta menjauhkan anak-anak terhadap pergaulan yang negatif dalam satu waktu.

2. Target Audience

a. Segmentasi Geografis

- 1) Wilayah Khusus : Kabupaten Sragen
- 2) Wilayah Umum : Kotamadya Surakarta

b. Demografi dan sosiologi

Target Audience video company profil Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia sebagai media promosi merupakan perluasan dari target market yang ada sebelumnya. Dikarenakan individu disekitar target pasar dapat menjadi target audience (dalam hal ini orang tua) dimana orang tua menjadi target primer untuk mengambil keputusan memilihkan ketrampilan dan bakat yang bagus untuk putra dan putrinya.

- 1) Umur : 30 – 50 tahun
- 2) Jenis Kelamin : Laki laki Dan Perempuan

- 3) Status Sosial : Semua Kalangan
- 4) Tingkat Pendidikan : Lulusan SD – Perguruan Tinggi

c. Psikografi

Adapun profile psikografis target audience video company profile Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia dapat dijabarkan menjadi :

- 1) Cerdas, Berusaha, dan menikmati permainan basket dengan baik.
- 2) Membimbing dan membekali keahlian bermain basket yang benar dan tetap mengajarkan atitut yang baik untuk masa depan anak didiknya.
- 3) Menyalurkan anak anak dengan ketrampilan lebih untuk menjadi atlit.
- 4) Menginginkan sekolah basket yang terbaik untuk anaknya.
- 5) Menambah teman dalam komunitas

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa target audience utama video company profile Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia merupakan para orang tua yang ingin mencarikan sekolah basket yang terbaik untuk anak anaknya tidak hanya dalam bermain basket tapi juga membentuk pribadi yang cerdas, tidak pantang menyerah dan selalu semangat. Serta menambah teman baru di komunitas basket.

d. Behavior

Orang tua yang menginginkan anaknya mendapatkan ketrampilan khususnya dalam olahraga basket sehingga dapat menjadi pemain basket yang berprestasi.

C. USP (*Unique Selling Proposition*)

BISON PATRIOT INDONESIA adalah sebuah sekolah basket yang dapat berkompetisi di dalam dunia keolahragaan. Perbedaan BISON PATRIOT INDONESIA dibanding kan dengan sekolah basket yang sejenis adalah mempunyai peralatan latihan yang memedahi dan mempunyai Coach yang berpengalaman dalam dunia perbasketan.

D. Positioning

Video company profile ini sebagai salah satau sarana promosi perusahaan melalui media. Visual yang ditampilkan dalam *video company profile* BISON PATRIOT INDONESIA yaitu gaya visual yang akan ditampilkan yaitu menggunakan minimalis, modern dan sedikit menggunakan *cinematic* dalam video tersebut . Gaya video seperti ini akan memunculkan kesan video yang minimalist dan sederhana dengan hanya menggunakan efek transisi video yang sangat sederhana sehingga tampilan video akan lebih fokus pada pembahasan materi didalam video tersebut . Penggunaan *cinematic* bertujuan agar video tersebut lebih enak untuk dilihat sehingga akan menimbulkan efek yang berkesan bagi penonton. Dengan tambahan media plan yang menggunakan *Early Modern Style dan Art Deco Style*.

E. Strategi Kreatif

Strategi kreatif ini mulai dibuat setelah diketahui jelas profil perusahaan, tujuan dan target audiensnya. *Video company profile* nantinya akan digunakan sebagai salah satu media promosi BISON PATRIOT INDONESIA untuk memperkenalkan perusahaannya yang maju dan berkembang didunia basket, serta mempromosikan kepelatihan dan prestasi yang dihasilkan BISON PATRIOT INDONESIA . Teknik pencahayaan dalam video ini *indoor* dan *outdor*, cahaya dari sinar matahari dan cahaya lampu didalam ruangan.

Diperlukannya sebuah pemasaran dan pengenalan BISON PATRIOT INDONESIA pada masyarakat umum atau calon konsumen, dengan ini muncul sebuah gagasan untuk pembuatan *video company profile* BISON PATRIOT INDONESIA yang untuk pertama kalinya dan dengan menggunakan tema *video cut to cut* dalam pembuatan dan pengeditannya.

1. Durasi Video

Dalam pembuatan *video company profile* ini akan menggunakan durasi tayangan video 00.04.00 menit

2. Latar Lokasi

Adapun tempat pengambilan gambar sebagai bahan video diambil dibeberapa tempat yaitu:

- GOR Diponegoro Sragen
- SMP Negeri 5 Sragen
- Lapangan Basket UNIDA Gontor Putri

- CFD (*Car Free Day*) Sragen

F. Konsep Estetis

a. Layout

Layout dalam *video company profile* menggunakan layout yang simple . Layout yang simple adalah layout sederhana dan tidak banyak efek ramai dalam video. Tampilan video yang simple dan sederhana akan lebih enak untuk dilihat dipahami isi pesan video tersebut , tidak banyak elemen-elemen yang dimunculkan sehingga audien akan focus pada pesan tersebut.

Layout *video company profile* BISON PATRIOT INDONESIA ini nantinya menggunakan susunan teks untuk informasi produk yang akan ditampilkan dalam video ini.

Layout Teks

Pada layout ini akan digunakan pada scene yang menampilkan keunggulan dan wawancara dengan stakeholder perusahaan. Teks akan muncul dari kiri atau kanan layar dengan efek motion.

b. Warna

Warna yang digunakan pada *video company profile* sebagai elemen visual yang penting dalam menambahkan unsur artistik dan estetik, warna yang diambil dari semua unsur warna asli yang ada didalam video tersebut.

c. Typografi

Typografi merupakan jenis huruf yang akan digunakan dan disesuaikan dengan karakter atau style video dan tema video itu sendiri, dengan pemilihan font yang sesuai, simple dan menarik maka akan menimbulkan kesan ke audience yang baik dan mudah dipahami. Jenis font yang dipakai dalam *video company profile Sekolah Basket Bison Patriot* adalah Footlight MT Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Contoh font Footlight MT Light (Sumber : Irsa Tri Wijayanto)

Font Footlight MT Light adalah jenis huruf serif yang dirancang oleh perancang tipe Malaysia Ong Chong Wah pada tahun 1986 untuk monotype Corporation. Footlight MT Light adalah desain yang tidak teratur, extra tebal dan huruf miring yang serasi.

d. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah hasil visualisasi dari tulisan dengan teknik, lukisan, fotografi, drawing, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud dari pada bentuk. Tulisan ilustrasi merupakan penjelasan atau penghias suatu cerita, puisi, tulisan, atau informasi tertulis lainnya. Diharapkan dengan bantuan, tulisan tersebut lebih mudah

dicema. Ilustrasi yang digunakan pada *video company profile* BISON PATRIOT INDONESIA menggunakan ilustrasi modern. Ilustrasi modern adalah karakter ilustrasi digital yang menggunakan bentuk-bentuk vector grafis, yaitu teknik ilustrasi yang menggunakan polygon untuk membuat gambar pada computer grafis.

G. Strategi Verbal

Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang melibatkan kata kata yang biasanya disampaikan berupa tulisan dan perbincangan yang direspon dengan mendengar dan membaca (Frans M. Royan, 2005:36). Komunikasi verbal merupakan komunikasi dengan kata kata verbal melalui alat komunikasi yang kita sebut bahasa karena dapat membantu kita untuk memiliki kemampuan memahami (Goffman, 2005:154). Komunikasi verbal merupakan penyampaian komunikasi dengan menyusun kata kata dalam suatu pola yang memiliki arti atau makna dalam bentuk tertulis maupun lisan (Purwanto, 2006:6). Berdasarkan ketiga teori diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi verbal merupakan komunikasi yang berlangsung dengan menggunakan bahasa yang membentuk kata kata baik lisan maupun tulisan.

Jika dalam melaksanakan fungsi fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan tidak menggunakan komunikasi verbal, maka fungsi fungsi tersebut tidak akan dilaksanakan (Zuhdi, 2010:39).

H. Strategi Non Verbal

Komunikasi non verbal secara umum dapat didefinisikan sebagai komunikasi tanpa kata kata melalui berbagai saluran komunikasi. Berbagai saluran komunikasi disini terdiri dari berbagai media seperti gerakan, ruang atau waktu (Ting-Toomey, 2005:2). Komunikasi non verbal merupakan apa yang di lakukan dalam sebuah percakapan (Stack et al, 2007:154). Komunikasi non verbal merupakan tindakan dan atribusi (lebih dari penggunaan kata kata) yang dilakukan seseorang kepada orang lain dengan pertukaran makna untuk pencapaian umpan balik (Goffman, 2005:155). Berdasarkan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang tidak melibatkan kata kata dalam pencapaian maknanya seperti contoh gerakan, bahasa tubuh, intonasi suara, penampilan, dan lain lain.

I. Konsep Teknis

a. Alat dan Media

Dalam perancangan *video company profile* BISON PATRIOT INDONESIA ,menggunakan beberapa alat dan media dalam proses produksinya. Alat yang digunakan dalam proses produksi nya adalah:

- 1) Kamera Mirorless Canon EOS M2
 - a) Tipebodi: Hybrid
 - b) Resolusi Max: 6000 x 4000

- c) Piksel efektif: 18 megapixel
 - d) Ukuran sensor: APS-C (14.9 x 22.3 mm)
 - e) Jenis Sensor: Hybrid CMOS AF II
 - f) ISO: Auto, 100, 200, 400, 800, 1600, 3200, 6400, 12800, 25600 (extend)
 - g) M. Lens mount: Canon. Panjang fokus mult. : 1,04 x O.
Articulated LCD: fixed P. Ukuran layar: 3 “
 - h) Layar titik: 1.040.000
 - i) Min shutter speed: 30 sec
 - j) Max shutter speed: 1/4000 sec
 - k) Format: MPEG-4, H.264
 - l) Video HD : Ya
 - m) Resolusi Video : 1920x1080
 - n) FPS : 25fps , 30fps , 60fps
 - o) Jenis penyimpanan: SD / SDHC / SDXC
 - p) USB: USB 2.0 (480 Mbit / detik)
 - q) Berat (termasuk baterai.): 240 g.
 - r) Dimensi: 90 x 25.5 x 56 mm
 - s) GPS: Opsional
- 2) Lensa
- a) Canon 22mm F/1.2
 - b) Tamron 75mm - 300mm F/4 – 5.8
- 3) Tripod Excell

4) MMC San Disk 32Gb

5) Komputer

Setelah melalui proses pengambilan gambar, langkah selanjutnya ada proses editing video untuk diolah atau diproses menggunakan perangkat digital. Perangkat digital yang digunakan disini adalah computer yang digunakan dalam mengolah video dan mempunyai spesifikasi hardware sebagai berikut:

- ✓ Motherboard: MSI 970A-G46
- ✓ Processor: AMD ATHLON X8 - 8320 EIGHT-CORE
- ✓ MEMORY DDR3 8GB
- ✓ VGA AMD ATHLON HD 5800 SERIES
- ✓ HARDISK INTERNAL SATA 500DM002 - IBD 142
- ✓ PSU ANDYSON M5+SERIES 600W
- ✓ CASSING ARMAGEDON
- ✓ MONITOR TCL 32" (HDMI, VGA , FLASDISK)
- ✓ KABEL HDMI
- ✓ KABEL POWER

6) Perangkat Lunak (Software)

Untuk software yang digunakan adalah sebagai berikut:

- ✓ Windows 10

Windows 10 adalah Operation system yang terbaru dimiliki oleh perusahaan Microsoft dan telah banyak digunakan untuk kebanyakan pengguna personal computer (PC).

✓ Adobe Premiere CS 2016

Proses pengeditan atau pengolahan video disini menggunakan *Adobe Premiere CS 2016*, Software tersebut merupakan program penyutik video berbasis *non linear* editor (NLE) dari *Adobe System* dan merupakan salah satu produk *software* dari *Adobe Creative Suite*. *Adobe premiere* ini juga menjadi salah satu pilihan para professional editor untuk mengedit hasil *foottage* videonya, karena *software* ini mengutamakan kreatifitas penggunanya.

✓ Adobe After Effect CS 2016

Adobe After Effects merupakan *software* atau perangkat lunak yang diperuntukan secara khusus untuk film dan pos produksi pada video yang dibuat oleh *Adobe*. *Adobe After Effects* bisa digunakan untuk video editing *software* namun secara khusus untuk *Compositing Software*. *Adobe After Effect* ini nantinya akan digunakan untuk membuat motion graphic informasi yang dibutuhkan dalam *video company profile* nantinya .

✓ Corel Draw X6

CorelDRAW adalah sebuah program aplikasi komputer yang dirancang khusus untuk keperluan desain terutama untuk editor grafik vektor. Dikembangkan oleh perusahaan perangkat lunak yang bernama Corel yang bermakas di Ottawa, Kanada.

CorelDRAW diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pengolahan gambar, aplikasi ini banyak digunakan pada pekerjaan dibidang percetakan ataupun publikasi dan pekerjaan lain yang terkait dalam dunia visualisasi.

b. Teknik Pengambilan Gambar

Pengetahuan mengenai Teknik pengambilan gambar ini sebetulnya untuk membekali juru kamera dan juga sutradara bagaimana shot itu akan dibuat, bagaimana kesan yang timbul, apa latar belakangnya, apakah nanti shotnya bisa digabung dengan shot lain dan menjadi rangkaian shot yang indah. Dalam hal ini, shot diartikan sebagai unsur terkecil dari sebuah struktur film yang utuh, didalamnya kita bisa melihat isi atau pesan dari shot itu sendiri. (Baksin , 2007:32)

Teknik pengambilan gambar untuk *video company profile* ini akan menggunakan format *cut to cut* dengan beberapa Teknik seperti panning, till up, till down dan close up. Dalam pengambilan gambar atau angle kamera ada juga yang dipengaruhi dari beberapa factor seperti ukuran objek, angle objek, dan tinggi rendahnya kamera yang merekam gambar.

Pengambilan gambar pada *video company profile* menggunakan berbagai macam teknik, ukuran gambar. Menggunakan teknik seperti *High Angle, Eye Level, Close Up (CU), Medium Close Up (MCU), Full Shot (FS) , Tilting, dan Panning.*

- 1) **High Angle** : Teknik pengambilan gambar dari atas obyek, tetapi lebih rendah dari bird view, Tujuannya adalah obyek yang ditangkap terkesan menjadi kecil.
- 2) **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.
- 3) **Close Up (CU)** : dari batas kepala hingga leher bagian bawah, memiliki kesan memberikan gambaran obyek secara jelas.
- 4) **Medium Close Up (MCU)** : yaitu dari batas kepala hingga dada ke atas , memiliki kesan menegaskan profil seseorang.
- 5) **Full Shot**: yaitu dari batas kepala hingga kaki, memiliki makna memperlihatkan obyek dengan lingkungan sekitar
- 6) **Tilting** gerakan kamera ke atas dan gerakan kamera ke bawah, biasanya untuk menampilkan sosok tertentu dan menimbulkan rasa penasaran penonton,
- 7) **Panning** : pengambilan gambar yang menggerakkan posisi kamera dari kiri ke kanan atau sebaliknya.

c. **Pengeditan**

Pengeditan ini akan dibuat dengan sederhana mungkin akan tetapi tetap menarik untuk dilihat dan tidak menjenuhkan,

menggunakan color grading yang memiliki sentuhan *cinematic look* sehingga dapat membawa penonton pada suasana dalam video, dengan sedikit *transition* dan *back sound* yang menarik dan *dubbing* yang menerangkan tujuan pesan yang disampaikan dalam *video company profile* tersebut.

J. Media Plan

Media plan merupakan salah satu bentuk *output* visual sebagai sarana promosi produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat berdasarkan kebutuhan Sekolah Basket Bison Patriot Indonesia untuk mempromosikan sekolah basket tersebut, adapun beberapa media plan yang akan digunakan yaitu :

1. Kartu Nama

Kartu nama ini sangat penting dalam melakukan interaksi promosi kepada calon konsumen dan dapat mempermudah promosi lewat kartu identitas, sehingga lebih mudah calon konsumen mengenalnya.

2. Kaos

Kaos adalah pakaian sederhana dan ringan, juga lebih sering orang-orang memakainya, biasanya berlengan Panjang atau pendek. Kaos ini nantinya akan sebagai media promosi.

3. X Banner

X banner ini memuat tampilan promosi yang sama seperti halnya Rol Up Banner dan Y Banner, yang membedakannya adalah tampilannya yang lebih

elegan dan kokoh berdiri, karena terbuat dari bahan stainless dan alumunium yang mampu berdiri tegak . x banner dapat ditempatkan di front office .

4. Poster

Poster adalah suatu alat untuk promosi barang, jasa dan lain-lain, yang terbuat dari kertas yang dimana di dalamnya terdapat sejumlah informasi dan juga penawaran mengenai jasa atau produk tersebut.

5. Topi

Sebagai salah satu media promosi yang mana topi ini akan digunakan menjadi salah satu merchandise.

6. FlashDisk Card

Flash disk card adalah suatu alat promosi yang terbuat dari kartu yang dapat menyimpan data atau file.

7. Stiker

Sebagai salah satu media promosi pendukung yang sangat mudah dijangkau, stiker bergambar tentang nama perusahaan, logo, dan *tagline* perusahaan yang disebar luaskan agar dapat diketahui khalayak ramai.

8. Pin

Sebagai salah satu media promosi pendukung yang biasanya di pakai di tas/ di topi anak anak sekolah.

9. Botol Minum

Sebagai media promosi pendukung yang biasanya di pakai anak anak untuk membawa persediaan air minum.

10. Famplet

Sebagai media promosi untuk memberi informasi adanya even atau lomba yang akan sergera di adakan.