

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sehubungan dengan adanya mata kuliah Kerja Praktek yang diadakan untuk persyaratan menempuh Tugas Akhir di DIV Komputer Multimedia Stikom, maka mahasiswa dituntut untuk mengadakan Kerja Praktek untuk mengimplementasikan ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan.

Disini penulis memilih untuk mengimplementasikan ilmu videografi yang meliputi praproduksi, produksi serta pasca produksi

Kerja praktek ini mengambil topik mengenai videografer yang membuat video yang nantinya digunakan sebagai penunjang materi marketing dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa multimedia, video ini dipakai dalam mempromosikan salah satu project yang dapat di kerjakan oleh perusahaan ini. Video merupakan salah satu media promosi pendukung yang sangat penting dalam pengenalan identitas perusahaan yang sebenarnya kepada klien..

Bidang marketing dalam sebuah perusahaan merupakan ujung tombak bagi kelancaran serta pintu masuk bagi klien. Berbagai cara digunakan oleh bidang marketing untuk mengembangkan bisnis mereka mulai dari menggunakan cara door to door hingga promosi melalui berbagai media atau bahkan menggunakan SPG guna mengenalkan produk yang perusahaan produksi.

Dalam perkembangan era digital yang sangat pesat ini alat peraga dalam hal promosi sangat beragam. Video merupakan salah satu alat peraga yang paling mampu memberikan pengenalan secara merinci bagi klien, maka dari itu video banyak digunakan dalam promosi produk. Dipilih Karena media visual adalah media yang mampu memberikan penjelasan tanpa harus menyusahkan klien atau konsumen dengan catatan prinsip-prinsip dasar dalam membuat video promosi diperhatikan secara seksama

Disini Penulis selaku videografer yang melakukan 3 tahap pembuatan sebuah video (pra produksi, produksi, pasca produksi) secara individu menerapkan aspek yang dibutuhkan untuk membuat video yang didapat selama perkuliahan di DIV Komputer Multimedia Stikom.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Permasalahan didalam penempatan posisi sebagai seorang videografer yang membuat video yang nantinya digunakan sebagai media penunjang promosi untuk CV.DaunMuda Communication adalah bagaimana melakukan penyesuaian antara gambar yang ada di dalam video dengan yang diharapkan oleh pihak marketing perusahaan bersangkutan?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang dapat diambil berdasarkan pada perumusan masalah diatas adalah menjadi seorang videographer yang membuat video sebagai media penunjang promosi untuk CV.DaunMuda Communication yang bekerja dalam department pemasaran yang berfokus terhadap video promosi.

#### **1.4 Tujuan**

Tujuan utama pada kerja praktek ini adalah untuk mengetahui dunia dunia kerja nyata seorang videographer dalam memenuhi semua kebutuhan video sebagai media promosi untuk CV.DaunMuda Communication.

#### **1.5 Manfaat**

Beberapa manfaat yang diperoleh selama proses kerja praktek adalah:

1. Mengerti sampai sejauh mana tingkat kesulitan-kesulitan yang dihadapi dalam menjalankan tugas menjadi seorang videografer bagi CV.DaunMuda Communication.
2. Mampu mengaplikasikan ilmu videografi yang didapat selama kuliah untuk CV.DaunMuda Communication.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Konsep yang diterapkan pada proses kerja praktek sebagai seorang videographer untuk CV.DaunMuda Communication adalah bagaimana menjadi seorang videografer yang dapat sepenuhnya mengerti materi-materi yang dibutuhkan untuk membuat video sebagai media penunjang promosi yang ditentukan oleh pihak marketing, hingga masuk dalam proses desain serta koreksi dan revisi desain yang terkadang diperlukan demi adanya kesesuaian yang dimaksud antara desain yang dihasilkan dengan pihak marketing.

#### **1.7 Kontribusi**

Dalam proses kerja praktek di CV.DaunMuda Communication, penulis

telah mampu menghasilkan video sesuai keinginan pihak CV.DaunMuda Communication serta telah diaplikasikan pada kegiatan dibidang marketing CV.DaunMuda Communication.

## **1.8 Sistematika Laporan**

Laporan kerja praktek ini terdiri dari beberapa bab dimana masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab yang disertakan dengan tujuan untuk menjelaskan pokok-pokok bahasan dalam penyusunan laporan ini. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metodologi, kontribusi dan sistematika laporan.

### **Bab II Gambaran Umum Perusahaan**

Dalam bab ini diuraikan tentang sejarah singkat perusahaan, visi, misi, domisili perusahaan, dan tujuan perusahaan.

### **Bab III Landasan Teori**

Dalam bab ini dibahas berbagai teori dasar mengenai video, promosi. Selain itu dijelaskan pula elemen-elemen apa saja yang mendukung sebuah video promosi dalam bidang marketing.

### **Bab IV Metode Kerja Praktek dan Implementasi Karya**

Dalam bab ini dijelaskan metode-metode selama proses kerja praktek berjalan. Serta tugas-tugas mendasar yang perlu dipahami oleh seorang

videografer dalam pekerjaannya dilingkup videografi sebagai media penunjang promosi. Dimana nantinya metode-metode ini diharapkan dapat dipelajari serta diimplementasikan oleh mahasiswa yang mengambil topik bahasan serupa saat kerja praktek.

#### Bab V Penutup

Dalam bab ini dijelaskan simpulan secara menyeluruh dan saran dari kerja praktek yang telah ditempuh di CV.DaunMuda Communication.

