

1 PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi mendorong perubahan besar di berbagai aspek kehidupan (Wibawanto 2017). Berkembangnya teknologi dengan cepat, banyak perusahaan yang berupaya menyampaikan sebuah informasi tentang produk yang dijual dengan menggunakan media informasi. Media yang efektif untuk menyampaikan informasi suatu produk dengan menarik diantaranya adalah melalui multimedia.

Multimedia merupakan pemanfaatan aplikasi komputer untuk membuat desain serta menggabungkan teks, grafik, audio, serta gambar bergerak dengan menggabungkan tools yang memungkinkan navigasi, interaksi, serta komunikasi (Putra 2015). Multimedia adalah suatu kombinasi data atau media untuk menyampaikan suatu informasi sehingga informasi itu tersaji lebih menarik. Multimedia digunakan untuk menampilkan sebuah informasi melalui teknologi atau peralatan digital. Teknologi atau peralatan digital yang umum digunakan televisi dan komputer sebagai media penyampaian informasi.

Menurut Adam Hayes dalam HubSpot, 87 persen konsumen menginginkan perusahaan untuk merilis lebih banyak video kedepannya. Sebagian dari Konsumen terkadang malas untuk membaca informasi sampai selesai mengenai detail suatu produk, jika konsumen mengetahui informasi tentang produk maka kemungkinan konsumen menggunakan produk tersebut. Dengan memanfaatkan multimedia untuk membantu perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen.

Perusahaan PHOMI Indonesia adalah salah satu perusahaan yang menerapkan multimedia untuk menyampaikan sebuah informasi. PHOMI Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang menjual produk dari bahan tanah liat yang dimodifikasi menjadi bahan bangunan. PHOMI Indonesia memiliki visi yaitu “Perusahaan kami bertujuan untuk merevolusi kota masa depan dengan menggunakan produk hijau yang berkelanjutan dan menjadi pimpinan industri untuk mengembangkan masa depan berkelanjutan”. Sebagai langkah nyata dari visi tersebut proses produksi dan produk memiliki skor industri yang baik pada indikator hijau yaitu daur ulang dan konsumsi energi rendah, produk yang sempurna untuk lingkungan yang sehat, bersih, dan ramah lingkungan. Untuk itu, dalam setiap proses pemasangan yang belum tepat sehingga calon konsumen belum tertarik untuk menggunakan produk PHOMI.

Sebagai langkah memberikan sebuah informasi tentang penggunaan produknya. PHOMI Indonesia membuat proses pemasangan produk dan portofolio dari hasil pemasangan dengan bentuk *videography*. Ketertarikan penulis untuk membuat proses pemasangan produk dan hasil pemasangan dengan menggunakan teknik *videography* menjadi salah satu alasan yang mendukung hal lain yang telah diuraikan. Judul Tugas Akhir yang dipilih adalah “Pembuatan Video Pemasangan Produk dan Portofolio PHOMI Indonesia di PHOMI Indonesia”.

1.2 Tujuan

Tujuan dalam pembuatan video pemasangan produk dan portofolio PHOMI Indonesia adalah membuat produk multimedia berupa *videography*. Pembuatan video yang dibuat ditujukan untuk proses pemasangan produk PHOMI dengan benar serta portofolio sebagai hasil produk yang telah terpasang. Dalam proses pembuatannya adalah untuk menghasilkan sebuah produk yang menarik pelanggan agar menggunakan produk PHOMI Indonesia.

Video pemasangan produk dan portofolio PHOMI tersebut diharapkan menjadi media informasi yang menarik perhatian pelanggan untuk menggunakan produk PHOMI. Bagi pihak perusahaan dengan adanya video pemasangan produk dan portofolio PHOMI Indonesia bisa berguna untuk mengisi konten video promosi.

1.3 Manfaat

Manfaat dari pembuatan video pemasangan produk dan portofolio PHOMI Indonesia di PHOMI Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan menjadikan hasil video sebagai edukasi cara pemasangan produk PHOMI kepada konsumen maupun pekerja bangunan yang memasang produk.
2. Program Studi Manajemen Informatika Sekolah Vokasi IPB menyediakan contoh karya sebagai bahan ajar mahasiswa dalam mata kuliah multimedia.
3. Penulis memiliki kesempatan untuk menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan dan masa PKL dapat menambah wawasan di bidang interior bangunan dan kontraktor khususnya mengenal produk PHOMI.
4. Mahasiswa dapat menambah wawasan dan dapat menjadikan laporan ini sebagai salah satu referensi laporan akhir.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang Lingkup pada pembuatan video pemasangan produk dan portofolio PHOMI Indonesia di PHOMI Indonesia adalah :

1. Membahas produk multimedia khususnya terfokus pada *videography*.
2. Target audiens untuk produk video pemasangan produk dan portofolio PHOMI Indonesia yaitu para konsumen PHOMI, arsitek, pekerja bangunan, dan orang yang bekerja di bagian kontraktor memiliki umur 22 tahun hingga umur 60 tahun yang merupakan umur produktif dan yang sudah layak untuk bekerja.
3. Produk multimedia yang dihasilkan berupa *videography* dengan format file mp4 dan memiliki resolusi video full HD- 1920x1080.
4. Produk video pemasangan ini dibuat untuk edukasi pekerja pemasangan produk PHOMI dan Video Portofolio dibuat untuk menarik perhatian dari konsumen dan calon konsumen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.