

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rumah kost menjadi suatu usaha yang bergerak di bidang jasa yang berpotensi karena semakin tinggi tingkat urbanisasi di Indonesia. Rumah kost tersedia dalam berbagai jenis fasilitas dan harga yang ditetapkan. Semakin baik lokasi dan fasilitas sebuah rumah kost maka semakin tinggi harga sewa yang ditawarkan, sehingga menyulitkan para pencari yang berasal dari luar daerah untuk mengetahui harga yang tepat untuk sebuah kamar kost. Pencari yang berasal dari luar daerah terlambat dalam mendapatkan informasi daripada pencari yang telah mengenal baik lokasi tersebut dan keterlambatan dalam informasi tersebut menyebabkan keterlambatan dalam mendapatkan kost yang tepat [1]. Sedikitnya informasi tentang rumah kost membuat orang-orang sulit untuk menentukan rumah kost seperti yang mereka inginkan, terlebih lagi ketika ingin mencari rumah kost, kebanyakan pencari rumah kost mencari informasi melalui sosial media, info dari orang terdekat, ataupun harus berkeliling di daerah tempat yang mereka ingin tinggal untuk mendapatkan visual rumah kost yang sebetul-betulnya.

Di zaman modern saat ini, untuk melakukan promosi sebuah perumahan banyak cara yang dapat dilakukan, misalnya dengan menggunakan brosur yang mana informasinya disampaikan dalam media dua dimensi. *Market* yang informasinya sudah dapat disampaikan dalam media tiga dimensi tetapi harus memerlukan uang yang tidak sedikit untuk mewujudkannya demi mendapatkan hasil yang maksimal. Yang menjadi masalah disini adalah bagaimana menjadikan suatu informasi tersebut menjadi interaktif dan lebih menarik bagi konsumen.

Dan untuk pembuatan video akan dimulai dengan menggunakan foto 360° dalam pembuatannya. Foto 360° adalah gambar atau objek yang dihasilkan kamera dalam sudut pandang 360° ke arah horizontal atau vertikal yang menunjukkan pandangan yang tidak terputus. Foto 360° ini menampilkan hasil di luar batas pandang mata normal. Untuk mendapatkan hasil yang baik, diperlukan proses yang cukup Panjang yaitu dengan mengambil kurang lebih enam sampai tujuh foto lalu digabungkan atau biasa dikenal dengan proses stitching tapi bisa juga dengan sekali foto. Tergantung dengan alat pengambilan foto[2]. dengan menggunakan foto 360° sebagai dasar untuk videonya, proses pembuatan video 360° akan lebih cepat selesai dikarenakan hanya perlu mengambil 1 gambar untuk setiap scene video yang diperlukan dengan menggunakan kamera yang mendukung untuk foto 360°

Dengan adanya teknologi sekarang ini, maka dengan sewajarnya akan memaksa para masyarakat dalam memanfaatkan teknologi tersebut dengan semaksimal mungkin dari segala segi kehidupan. Informasi tentunya bermacam macam, salah satunya adalah untuk para mahasiswa yang akan menjalani studi ataupun menjalani kuliah ditempat yang jauh dari tempat tinggal. Untuk itu mahasiswa harus segera mencari tempat tinggal sementara untuk dijadikan domisili mereka sampai studi selesai. Info tentang tempat tinggal atau kost biasa didapat dari mulut ke mulut atau dari selebaran yang ada di jalan, yang mana cara ini sangatlah merepotkan karena membutuhkan seorang perantara sebagai informan[3]. Informasi yang didapat dari mulut ke mulut atau dari selebaran yang ada di jalan juga bisa dibilang masih kurang karena para pencari kost tidak melihat langsung keadaan kost tersebut. Dengan adanya masalah diatas, penulis

ingin memberikan solusi dengan membuat video 360°. Pada video 360° ini, para pencari kamar kost bisa melihat secara 360° derajat video kamar kost yang ditampilkan nantinya. tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu memberikan informasi terkait tampilan kamar kos yang terdapat di kost Pak Parlan

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana membuat video 360° yang dapat menjadi alat bantu informasi pengenalan tipe kamar kos pada kos Pak Parlan?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Video hanya akan menampilkan informasi tentang kost Pak Parlan
2. Konten video akan menampilkan kondisi 3 tipe kamar kost
3. Kamar yang digunakan sebagai objek adalah kamar yang saat pengambilan video sedang tidak berpenghuni
4. Video hanya bisa digunakan oleh pengguna *handphone* dan *laptop*
5. Video akan hanya akan di unggah di media sosial *youtube*
6. alat yang digunakan untuk membuat video 360° adalah Adobe Premiere Pro, Adobe Photoshop, Adobe Media Encoder, kamera 360°, dan tripod

1.4 Maksud Dan Tujuan

Maksud dan tujuan dalam melakukan penelitian ini untuk membantu memberikan informasi terkait tampilan kamar kos yang terdapat di kost Pak Parlan

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

A. Manfaat Teoritis

1. Memperkaya hasil-hasil penelitian tentang video 360°
2. Memperkuat teori yang digunakan sebagai acuan untuk para peneliti selanjutnya

B. Manfaat Praktis

1. Sebagai referensi bagi orang lain dalam menghadapi permasalahan yang sejenis
2. Sebagai penambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan pengetahuan terhadap masalah yang dihadapi secara nyata.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung untuk mendapatkan informasi yang akan digunakan untuk isi dalam video yang akan ditampilkan.

1.6.1.2 Metode Studi Pustaka

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber-sumber yang berkaitan dengan cara membuat *Virtual Reality* video 360° dan bagaimana cara mempromosikan video yang telah dibuat dengan benar

1.6.1.3 Kuesioner

Dalam penelitian ini dibutuhkan kuesioner untuk mengumpulkan data yang akan dibagikan kepada responden yang mana data tersebut akan digunakan untuk melihat hasil penelitian ini

1.6.2 Metode Analisis

Pada metode ini, data-data yang sudah terkumpul akan diproses untuk kebutuhan diidentifikasi terhadap masalah-masalah yang ditemukan sehingga dapat dijadikan acuan untuk membuat video promosi untuk penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

Dalam metode ini akan melakukan tahapan-tahapan kerja atau rancangan yang akan digunakan untuk pembuatan video promosi yang akan dibuat berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan sebelumnya. Tahap

perancangan dimulai dari tahap pra produksi, tahap produksi, sampai pasca produksi.

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap pencarian data awal oleh penulis yang menjadi pedoman melakukan tahap produksi, data yang didapat kemudian dijadikan bahan untuk menentukan alur dari video *campaign* yang akan dibuat.

2. Produksi

Pada tahap ini semua perencanaan yang dilakukan pada tahap pra produksi mulai dijalankan, semua materi yang dibuat pada tahap pra produksi dikumpulkan dan berikan kepada artist yang tepat untuk dikerjakan. Tahap ini merupakan tahap yang paling banyak memakan waktu dan seringkali muncul resiko dimana beberapa aset yang sudah jadi harus dibuat kembali..

3. Pasca Produksi

Setelah melakukan semua tahap produksi sudah dilewati, pada tahap ini akan dilakukan proses mengedit untuk mengolah gambar dan video yang sudah dilakukan pada tahap produksi sebelumnya. Mulai dari menyatukan *footage* video sampai proses penambahan *effect* yang digunakan untuk pembuatan video 360°.

1.6.4 Metode Evaluasi/Testing

Dalam metode ini, video akan dilakukan pengujian kuantitatif, dimana akan dibuat kuesioner yang nanti diberikan atau disebarakan melalui link kepada responden dengan tujuan menilai tanggapan responden terhadap video 360°.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini dibuat untuk memudahkan dalam penulisan naskah skripsi dengan susunan seperti berikut:

1. BAB I Pendahuluan

Berisi tentang gambaran umum dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti seperti Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Penelitian, Tujuan Penelitian, manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

2. BAB II Landasan teori

Bab kedua berisikan tentang teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian ini, yang mana akan dijadikan sebagai bahan dasar penelitian serta dapat mendukung dalam pembuatan naskah

3. BAB III Analisa Dan Penelitian

Dalam bab ketiga ini berisikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat ini berisi tentang tahapan pembuatan video Promosi dan penjelasan tentang hasil dari pembuatan video promosi yang sudah dibuat.

5. BAB V PENUTUP

BAB kelima berisi tentang kesimpulan dan saran dari naskah skripsi ini

6. DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi tentang referensi dan penelitian-penelitian sebelumnya yang digunakan dalam pembuatan naskah skripsi ini.

