

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi saat ini sangatlah pesat. Saat ini media sosial juga sangat berkembang sehingga media sosial juga dapat digunakan sebagai media untuk melakukan promosi terhadap suatu produk atau usaha.

Pesatnya persaingan bisnis saat ini menuntut para pelaku bisnis untuk selalu mengikuti perkembangan pasar. Salah satu media yang banyak digunakan oleh pelaku bisnis saat ini adalah media sosial yang mana banyak digunakan oleh para *milenial* sebagai wadah bertukar informasi.

Haniki Crispy Banana merupakan brand usaha kecil menengah yang menjual pisang olahan yang berlokasi di komplek Ruko Gatic, yang terletak di Jalan Perumnas, Seturan, Yogyakarta. Haniki berdiri sejak 21 November 2015 dan menjadi pioneer produk pisang goreng olahan bertopping. Olahan pisang goreng memang bukan yang pertama kali di Yogyakarta, namun olahan pisang bertopping seperti ini mulai berkembang semenjak adanya Haniki. Tentunya diikuti dengan munculnya pesaing bisnis baru yang menjajakan olahan pisang serupa semakin bertambah setiap harinya dan diikuti dengan minat pembeli yang semakin bertambah.

Dengan latar belakang tersebut penulis ingin merancang sebuah video promosi dengan menggunakan teknik *Motion Graphic* dan teknik *Cinematography* agar video tersebut terlihat menarik dan diharapkan dapat menjadi media promosi untuk meningkatkan nilai ketahuan lebih konsumen dan menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk-produk Haniki Crispy Banana.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pemmasalahan yang dapat dirumuskan yaitu, “Bagaimana membuat video promosi pada Haniki Crispy Banana dengan teknik *Cinematography* dan *Motion Graphic*?”

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka peneliti memberikan batasan masalah:

1. Penelitian hanya sebatas pembuatan video promosi.
2. Video promosi dibuat dengan durasi \pm 60 detik.
3. Teknik yang digunakan untuk membuat iklan menggunakan teknik *Cinematography* dan *Motion Graphic*.
4. Lokasi pengambilan *footage* hanya di sekitar kedai.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat video promosi untuk Haniki Crispy Banana sebagai media promosi.
2. Membantu perusahaan untuk memperkenalkan produknya terhadap masyarakat luas.
3. Salah satu syarat kelulusan di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti penelitian ini untuk menjadi inspirasi peneliti selanjutnya untuk pengembangan penelitian dengan teknik serupa agar lebih baik dari peneliti sebelumnya.
2. Bagi perusahaan yaitu sebagai media promosi alternatif dalam penyampaian informasi produk kepada masyarakat melalui video promosi Haniki Crispy Banana.

1.6 Metode Penelitian

Dalam metode penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk pembuatan video promosi antara lain:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang di gunakan dalam studi kasus ini, yaitu:

1. Metode Pengamatan Langsung (Observasi)

Observasi dilakukan pada penelitian ini dengan melakukan pengamatan secara langsung dilokasi Haniki Crispy Banana dari pengamatan yang dilakukan dibuat beberapa catatan kemudian menjadi referensi dalam perancangan penulis.

2. Metode Wawancara (Interview)

Metode wawancara merupakan suatu sistem pengumpulan data dengan mengadakan suatu tanya jawab secara langsung dengan pemilik Haniki Crispy Banana yang bernama Andi Rahadian Fajar untuk mendapatkan informasi maupun data yang diperlukan.

3. Studi Literatur

Suatu teknik pengumpulan data dengan membaca buku, artikel, jurnal dan laporan penelitian. Tujuannya adalah memperoleh data untuk melengkapi dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas.

4. Metode Analisis

Penggunaan metode analisis bertujuan untuk mengidentifikasi penyebab masalah yang dihadapi dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah model *Analisis SWOT*.

SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). (*Strengths, Weakness, Opportunities, Treats*)

1.6.2 Metode Pembuatan Video

Metode ini dibagi menjadi 3 tahap yaitu tahap Pra-produksi untuk menentukan ide cerita, penulisan naskah dan pembuatan storyboard. Setelah pembuatan atau rancangan video selesai dibuat, tahap selanjutnya adalah tahap

Produksi yaitu proses pengambilan video pada objek dan selanjutnya hasil dari pengambilan video tersebut akan di teruskan ke tahap Pasca Produksi yaitu proses penyusunan video menjadi sebuah video dengan teknik yang telah ditentukan.

1.6.3 Metode Testing

Tahap testing di lakukan setelah menyelesaikan pembuatan dengan menjalankan video dan melihat apakah ada kesalahan atau tidak. Tahap pertama pada tahap ini disebut pengujian alpha (*alpha test*) yang pengujinya dilakukan oleh pembuat atau lingkungan pembuatannya sendiri, setelah lolos dari pengujian alpha, pengujian beta yang melibatkan pihak objek penelitian.

1.6.4 Metode Implementasi

Tahap Implementasi digunakan setelah video jadi secara keseluruhan. Video Promosi ini nantinya akan di unggah melalui media sosial Youtube.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematik penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video iklan, serta software apa yang akan digunakan dalam pembuatan video iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil Haniki Crispy Banana, visi, misi, analisis video yang akan dibuat dan analisis kebutuhan dan perancangan video iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan berisikan tentang tahapan produksi, tahapan pasca produksi, hasil dan pengujian video.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses pembuatan dan perancangan video profile dan berupa saran untuk perbaikan media yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan tentang sumber-sumber yang menjadi referensi peneliti atau acuan dalam penyusunan skripsi.

