

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewielok adalah sebutan untuk Desa Wisata Jelok, yang beralamatkan di Kampung Wisata Jelok tepatnya di dusun Jelok desa Beji Kecamatan Patuk Kabupaten Gunungkidul Daerah Istimewa Yogyakarta. Didesa ini terdapat satu Resto yang sangat unik dengan suasana pedesaan yang asri, Kampoeng Jelok Resto Namanya. Resto ini merupakan salah satu Restoran yang menawarkan berbagai masakan Tradisional. Dengan suasana khas pedesaan, Restoran ini sangat cocok untuk dijadikan tempat istirahat bersama keluarga selepas melakukan perjalanan jauh. Daya tarik dari alam dan suasana desa sekitar yang masih alami menjadikan Resto ini mampu bersaing dengan Restoran lainnya. Restoran ini di kelola oleh masyarakat disekitar Dusun Jelok. Berdasarkan wawancara penulis kepada Wakil Ketua pengelola Kampoeng Jelok Resto, diperoleh keterangan bahwa belum adanya Video Company Profile. Masyarakat membutuhkan media informasi yang menarik dan mudah dimengerti. Selama ini Kampoeng Jelok Resto melakukan Promosi melalui postingan Foto di Instagram.

Berdasarkan uraian diatas, penulis bermaksud melakukan penelitian dan membuat sebuah video Company Profile yang bertujuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan audience. Penelitian ini berjudul **“Teknik Cinematik Look dan Hyperlapse untuk Video Company Profile pada Kampoeng Jelok Resto”**. Teknik Hyperlapse adalah sebuah Teknik fotografi dengan cara

menggabungkan banyak frame foto menjadi sebuah video dalam waktu singkat. Sedangkan untuk Cinematic Look sendiri merupakan cara yang digunakan untuk mengambil gambar. Unsur cinematic secara umum ada tiga aspek, yaitu kamera, framing, dan durasi gambar. Framing diartikan sebagai pembatasan gambar oleh kamera, seperti batasan wilayah gambar, jarak ketinggian, pergerakan kamera, dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk memperlihatkan atau menjelaskan objek tertentu secara mendetail.

Peran Cinematic Look disini untuk memperlihatkan atau menjelaskan objek secara detail agar penonton lebih mudah menangkap pesan yang disampaikan, sedangkan, penggunaan Teknik Hyperlapse pada tugu semar dimaksudkan untuk memperlihatkan arah menuju Kampong jelok Resto dari Desa Pengkok.

1.2 Rumusan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjawab permasalahan dari fenomena yang akan diangkat oleh penulis yang telah dituangkan dalam latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah " Bagaimana membuat Video Company Profile pada Kampong Jelok Resto menggunakan Teknik Cinematik Look dan Hyperlapse sebagai Media Informasi?"

1.3 Batasan Penelitian

Agar peneliti tidak keluar dari penelitian yang ada dan lebih terarah, maka penelitian ini memerlukan batasan-batasan. Penulis membatasi permasalahan dengan poin-poin sebagai berikut :

1. Objek penelitian video Company Profile ini adalah Kampong Jelok Resto.

2. Video Company Profile ini akan dipublikasikan di akun Instagram *Kampoeng_jelok*.
3. Video Company Profile akan dibuat menggunakan *Cinematik Look* dan *Teknik Hyperlapse*.
4. Durasi dari video ini adalah 02.11 (dua menit sebelas detik).
5. *Software* yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *Adobe Premier Pro CC 2019*, dan *Adobe After Effects CC 2019*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah :

1. Pada penelitian ini akan menggunakan Teknik Cinematik Look dan Hyperlapse untuk Video Company Profile pada Kampoeng Jelok Resto.
2. Membuat Video Company Profile untuk memberikan Informasi kepada audience.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah media promosi yang baru. Akan tetapi tidak hanya untuk tujuan tersebut, adapun tujuan yang lain adalah:

1. Membuat video company profile yang menjelaskan visi dan misi Kampoeng Jelok Resto.
2. Memvisualisasikan detail makanan, tempat makan, fasilitas yang ada, pemandangan dan lain sebagainya yang ada pada Kampoeng Jelok Resto.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk memperoleh data yang akurat, maka beberapa metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti meliputi :

1. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung dengan mengamati cara mereka dalam melakukan promosi melalui akun Sosial Media Kampoeng Jelok Resto. Hasil dari pengamatan peneliti adalah belum adanya media promosi yang mampu memvisualisasikan Kampoeng Jelok Resto secara keseluruhan karena mereka hanya memposting foto dan beberapa video singkat.

2. Metode Kuisioner

Pengumpulan data melalui penyebaran sekumpulan pertanyaan kepada responden, yang pertanyaannya berhubungan dengan masalah penelitian dan mempunyai makna, guna menguji hipotesis. Pertanyaan-pertanyaan tersebut meliputi :

1. Bagaimana penyajian isi video profile secara umum?
2. Bagaimana penyajian informasi tentang Kampoeng Jelok Resto?
3. Bagaimana isi penyajian fasilitas pada Kampoeng Jelok Resto?
4. Bagaimana visualisasi menu dalam video?
5. Bagaimana visualisasi tentang pelayanan kepada customer?
6. Bagaimana informasi yang dijelaskan oleh narasi?
7. Bagaimana informasi tentang Visi & Misi Kampoeng Jelok Resto?

Jumlah responden yang dibutuhkan adalah 15 orang yang terdiri dari karyawan resto dan masyarakat umum atau pengunjung Kampoeng Jelok Resto. Untuk range umur responden yang dibutuhkan antara umur 18 sampai dengan 45 tahun karena, pada umumnya pengunjung Kampoeng Jelok Resto berusia antara 18 hingga 45 tahun. Pekerjaan responden yang dibutuhkan yaitu karyawan Kampoeng Jelok Resto, mahasiswa dan masyarakat umum.

3. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data yaitu melakukan wawancara dengan Wakil Ketua Kampoeng Jelok Resto, yaitu Bapak Diki Anjasmara. Wawancara dilakukan untuk mencari informasi kondisi objek saat ini, media promosi yang digunakan saat ini, dan harapan dari Kampoeng Jelok Resto untuk ke depannya. Dari hasil wawancara tersebut, dapat dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kampoeng Jelok Resto belum memiliki media promosi berupa video company profile. Untuk itu dibutuhkan sebuah video company profile untuk pengenalan kepada customer.
2. Media promosi yang digunakan saat ini yaitu melalui media cetak seperti postingan foto di media sosial, juga Website Desa Wisata Jelok.
3. Media promosi saat ini dirasa masih kurang dalam menyampaikan informasi tentang Kampoeng Jelok Resto.
4. Media promosi saat ini belum memvisualisasikan fasilitas-fasilitas yang ada di Kampoeng Jelok Resto seperti ruang makan, toilet, Mushola, dan area bermain anak.
5. Media promosi yang lama belum mampu memvisualisasikan secara detail tampilan menu makanan yang ada di Kampoeng Jelok Resto.

1.5.2 Tahapan Penelitian

Terdapat tiga tahapan dalam proses produksi pembuatan video company profile, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

1. Pra Produksi

Pada tahapan ini, dilakukan sejumlah persiapan pembuatan video meliputi menentukan tema ide dan konsep, penyusunan naskah skenario, hingga pembuatan storyboard.

1. Tema

Penentuan tema untuk merealisasikan dasar pemikiran dan gagasan awal yang bertujuan untuk menuangkan ke dalam audio visual berupa ide awal, konsep, atau tema yang akan diangkat ke dalam sebuah video.

2. Naskah

Pembuatan naskah cerita bertujuan agar proses pembuatan storyboard menjadi lebih mudah. Naskah cerita dapat membantu peneliti agar dapat menentukan setiap adegan dan dijadikan sebagai panduan.

3. Storyboard

Storyboard merupakan tahapan perancangan gambar yang tersusun disetiap adegan untuk mendiskripsikan setiap scene yang akan dibuat. Dalam storyboard juga akan memperlihatkan setiap adegan atau scene.

2. Produksi

Pada tahap ini dilakukan pengambilan gambar sesuai dengan *storyboard* yang telah dibuat dan dirancang sebelumnya.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi dilakukan proses editing, compositing, hingga rendering.

1. Editing

Pada tahap ini dilakukan penyusunan video ke dalam timeline sesuai dengan storyboard dan menambahkan audio serta efek visual yang diperlukan. Untuk tahap Editing penulis menggunakan aplikasi *Adobe Premier Pro CC 2019*, dan *Adobe After Effects CC 2019*. Tools yang sering digunakan adalah Razor Tool.

2. Compositing

Pada tahap inilah video dan audio yang sudah diolah sebelumnya akan digabungkan sehingga menjadi sebuah video yang utuh dan siap dilakukan tahap selanjutnya yaitu tahap rendering. Penggabungan tersebut dilakukan pada aplikasi *Adobe After Effects CC 2019* yaitu dengan menyusun *file composition* dan menghapus suara yang tidak diperlukan dengan menggunakan tools Unlink.

3. Rendering

Ini merupakan proses akhir dimana semua data-data yang sudah dimasukkan dalam proses editing, dan compositing akan menghasilkan sebuah bentuk output video dengan ekstensi tertentu supaya dapat dijalankan pada media player. Dengan cara klik File - Export - Media lalu mengubah Format File menjadi H.264 dengan Preset HDV. Setelah itu tentukan lokasi output dan memberi nama file dan klik tombol Export.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan laporan harus terstruktur dan mudah dimengerti, oleh karena itu penulis akan menyajikan lima bab yang berisi uraian secara garis besar laporan yaitu:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pertama berisi tentang gambaran umum penelitian yaitu, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi kumpulan teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan, termasuk analisis kebutuhan dan uraian tentang proses perancangan video Company Profile.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisikan tentang tahapan produksi, termasuk pengambilan gambar, proses *editing*, *compositing*, *rendering*, *testing*, dan implementasi.

BAB V. PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran – saran dari proses pembuatan Video Profile sehingga diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak lain untuk melakukan pengembangan oleh peneliti yang akan datang.

