

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman maka semakin maju dan modern perkembangan teknologinya, sebagai contoh yaitu media promosi. Dahulu promosi dilakukan dengan media cetak, namun kini seiring berkembangnya zaman dan teknologi dapat dilakukan dengan digitalisasi. Promosi bertujuan untuk menyarankan atau memperkenalkan produk kepada masyarakat yang umum. Ada beberapa macam media promosi seperti billboard, media cetak dan media online. Salah satunya dengan pembuatan video *company profil*. [1]

Promosi dengan pembuatan video *company profil* merupakan rencana bagian marketing suatu perusahaan. Tujuan perusahaan membuat promosi adalah mendapatkan pedoman tentang cara mencapai target. Video *company profil* ini juga termasuk teknik marketing yang paling efektif karena mengandung kelima unsur multimedia yaitu teks, gambar, audio, video, dan animasi. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Tri Haryanto, Sarwo Nugroho tentang Perancangan Video *Company Profile* Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Propan Raya ICC Semarang yang menyimpulkan bahwa Video *Company Profile* sangat bermanfaat sebagai media pendukung dalam promosi dan informasi terkait perusahaan. [2]

Perkembangan teknologi yang ada mendukung untuk menciptakan teknik-teknik yang baru dalam sebuah video iklan. Penggunaan teknik *live shoot* sudah tidak asing lagi, namun dengan menggabungkan teknik *live shoot* dan beberapa teknik animasi *motion tracking* merupakan hal yang masih jarang digunakan. Angkringan Mrikiniki adalah sebuah Kedai Kopi yang beralamat di Jalan Kenanga No 19 Purbosari Wonosari Gunungkidul, Yogyakarta yang didirikan oleh Daniel berdiri sejak tahun 2015, memanfaatkan media Instagram untuk mempromosikan kedai kopinya. Instagram dinilai sangat efektif sebagai media promosi disamping biayanya gratis, semua orang saat ini khususnya remaja. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis skripsi ini dimaksudkan untuk menerapkan teknik *live shoot* yang digabungkan dengan beberapa teknik *motion tracking*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang menjadi faktor dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Proses Penerapan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking* Pada Pembuatan *Company Profil* Sebagai Media Promosi Kedai Kopi Angkringan Mrikiniki”

1.3. Batasan Masalah

Dalam suatu penelitian, ruang lingkup penelitian harus diperhatikan benar oleh penelitian. Agar penelitian tersebut tidak menyimpang dari sasaran. Maka harus dibuat Batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shoot* dan *motion tracking*.
2. Proses pembuatan video *company profile* ini menggunakan *software Adobe After Effect, Adobe Premier*.
3. Target penayangan pada media online yaitu Instagram.
4. Video *company profile* yang berbentuk video berdurasi 2 menit 51 detik.
5. Video *company profile* promosi ini untuk masyarakat umum.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1. Maksud Penelitian

Adapun maksud yang ingin disampaikan penelitian adalah :

1. Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah didapat selama berada di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

1.4.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. *Company profil* sebagai media promosi Kedai Kopi Angkringan Mrikiniki.
2. Untuk memperkenalkan suasana asli, tempat, produk dan proses pembuatan kopi.

3. Memperbaharui media promosi pada Kedai Kopi Angkringan Mrikiniki, dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian adalah :

1. Dapat mengembangkan ilmu yang dipelajari selama di perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Memberikan kemudahan bagi Kedai Kopi Angkringan Mrikiniki dalam melakukan promosi dan diharapkan bisa meningkatkan kualitas informasi tentang Kedai Kopi Angkringan Mrikiniki kepada masyarakat secara luas khususnya pengguna Instagram.
3. Menerapkan ilmu yang didapat dibangku kuliah dan mengerti tentang promosi dan publikasi mengenai video *Company Profil*.

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam penulisan dan penyelesaian video *company profil* ini menggunakan metode studi kasus. Metode kasus adalah metode yang memperoleh datanya melalui berbagai cara, mulai dari wawancara, observasi, ataupun pemeriksaan dokumen. Perbedaan dari metode ini dengan metode yang lainya adalah lingkup penelitian yang lebih terbatas, sehingga memungkinkan penelitian untuk melakukan penelitian secara lebih mendalam.[3]

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Untuk membantu kelancaran penyusunan skripsi ini, maka diperlukan data-data dan informasi yang cukup mengenai permasalahan yang akan dibahas agar sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

Teknik pengumpulan data antara lain :

1. Metode Observasi

Dalam observasi ini, penulis mengamati objek langsung ke tempat penelitian yang menjadi sumber data maupun informasi sebagai referensi. Sehingga informasi yang diperoleh lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan serta mengamati video-video menerapkan teknik *Motion Tracking* sebagai referensi.

2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik kedai, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan secara tatap muka dan tanya jawab. Cara ini adalah cara yang paling efektif untuk mengumpulkan data informasi secara akurat.

1.6.2. Metode Analls

Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan penulis adalah Deskriptif, Kualitatif, dan Analisis Kebutuhan.

1.6.3. Metode Perancangan

Metode perancangan adalah suatu metode yang dilakukan sebelum melakukan penelitian yang berupa persiapan. Kegiatan ini mencakup tentang Perancangan Konsep, Naskah, *StoryBoard*, dan Perencanaan.[4]

1.6.4. Metode Testing

Tahapan metode testing merupakan kegiatan yang berupa penentuan kelayakan hasil video *company profil* sebelum dilakukan pengunggahan video pada laman sosial media seperti Youtube, Instagram, Facebook, dan lain lain.

1.6.5. Implementasi

Tahapan ini merupakan hasil akhir dari semua kegiatan yang dilakukan yaitu pengunggahan video ke laman sosial media yang sudah ditentukan.

1.6.1 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah di mengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, 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, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian Pustaka, konsep dasar penerapan teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking* pada pembuatan *company profil* sebagai media promosi Kedai Kopi Angkringan Mrikiniki.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang penerapan teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking* pada pembuatan *company profil*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang proses dan hasil perancangan iklan pada Kedai Kopi Angkringan Mrikiniki.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.