

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring perkembangnya teknologi dalam media promosi di dalam dunia digital yang salah satunya dengan media video cenderung di minati di banding dengan media cetak. Dalam hal ini media promosi yang di tawarkan adalah Video-video promosi yang lebih menarik dan interaktif.

Tracking camera merupakan salah satu teknik editing video dengan cara menemukan objek bergerak dari waktu ke waktu menggunakan kamera. Sedangkan promosi secara umum diartikan sebagai usaha untuk memberikan informasi tentang barang-barang dan produsen melalui media cetak atau elektronik kepada costumers sebanyak-banyaknya.

Tracking camera memiliki kegunaan beberapa di antaranya adalah komunikasi manusia dengan komputer, keamanan dan pengawasan, pengkomunikasi video, kontrol lalu lintas dan pengeditan vidio. Sedangkan untuk membuat tracking sendiri memerlukan kamera tripod/monopod dan komputer atau laptop.

Dari masalah tersebut, maka penulisan akan mengangkat sebuah judul **“Implementasi Camera Tracking Dalam Iklan Promosi Untuk CV.Lambung Beras”** Dengan adanya media promosi ini di harapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen dan dapat memperluas dalam pemasarannya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang masalah di atas dapat di rumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana cara mengimplementasikan teknik *live shot* dan kamera tracking pada sebuah iklan.
2. Manfaat apa saja yang didapat perusahaan jika media promosi beralih dari brosur-brosur kertas menjadi digital.

## 1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan ini tidak menyimpang dari apa yang telah di rumuskan, maka di perlukan batasan-batasan penelitian ini. Sebagai berikut :

1. Pengambilan secara berkala.
2. Hasil implementasi teknik tracking ini akan terbentuk iklan berdurasi 2 sampai 3 menit.
3. Adapun perangkat lunak untuk mengedit vidio adalah adobe premier, adobe photoshop, adobe after effect, adobe audio, adobe flash.
4. Sebagai media promosi, sebagai alternatif baru dalam menyampaikan informasi promosi CV.Lumbung Beras memiliki ruang lingkup yang lebih luas dan lebih lengkap.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Mengimplementasikan teknik live shot dan tracking dengan software after effect pada iklan video yang di harapkan dapat memperkenalkan sebuah iklan yang lebih menarik.
2. Sebagai penerapan pengembangan ilmu yang didapat dalam perkuliahan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka peneliti ini diharapkan mempunyai manfaat mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **4.2.6 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaharuan dalam promosi CV.Lumbung Beras yang diharapkan nantinya agar meningkatkan hasil pemasaran produknya.
- b. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan peningkatan promosi bisnis pada perusahaan.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara meningkatkan kemampuan teknik pembuatan videopromosi

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan cara promosi baru untuk mencapai target pemasaran serta sebagai sarana memperkenalkan produk yang dihasilkan.

### 1.6 Metode Pengumpulan Data

1. Studi pustaka

Membaca dan menganalisa teknik pembuatan video promosi yang berguna untuk penulisan tugas akhir.

2. Interview

Melakukan tanya jawab dengan pihak pengelolaan CV.Lumbang Beras.

3. Dokumentasi (kearsipan)

Melakukan dokumentasi rencana kerja, dokumentasi hasil akhir dalam bentuk laporan video promosi yang telah siap di publikasikan.

### 1.7 Sistematika Penulisan

- BAB I PENDAHULUAN** : Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, Rumusan masalah, Batasan masalah, Tujuan penelitian, manfaat penelitian, Metode penelitian sistematika penulisan laporan penelitian, hingga jadwal kegiatan penelitian.
- BAB II LANDASAN TEORI** : Menguraikan teori yang mendasari pembahasan pembuatan video promosi secara detail berupa definisi-definisi tentang multimedia serta hal yang berkaitan langsung dengan teknik pembuatan video promosi.
- BAB III TUJUAN UMUM** : Berupa gambaran umum tentang CV.Lambung beras, analisa promosi yang ada saat ini, dan analisa yang lain yang terkait dengan pembuatan video promosi dengan CV.Lambung beras.
- BAB VI PEMBAHASAN** : Membahas tentang implementasi tracking dan yang di kerjaka, urutan-urutan pembuatan dan hasil akhir
- BAB V PENUTUP** : Menyampaikan kesimpulan saran pengelola CV.Lambung beras terhadap objek penelitian