

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut M. Suyanto (2003), dalam bukunya yang berjudul *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*, multimedia itu penting karena salah satunya dipakai sebagai alat bersaing perusahaan. Keunggulan bersaing perusahaan adalah keunggulan komunikasi sehingga masalah dalam bersaing adalah masalah dalam berkomunikasi. Periklanan merupakan bentuk komunikasi dari sudut pandang penerima, dibangun dalam penghargaan yang rendah. Jika anda berhasil dalam periklanan kemungkinan anda akan berhasil dalam bidang bisnis yang membutuhkan komunikasi media massa [1].

Secara etimologis multimedia berasal dari kata *multi* (Bahasa Latin, nouns) yang berarti banyak, bermacam-macam, dan *medium* (Bahasa Latin) yang berarti sesuatu yang dipakai untuk menyampaikan atau membawa sesuatu. Kata medium dalam *American Heritage Electronic Dictionary* (1991) juga diartikan sebagai alat untuk mendistribusikan dan mempresentasikan informasi [2].

Kebutuhan mengenai sebuah informasi dengan mudah didapatkan dari berbagai media seperti Youtube, Instagram, Facebook dan lainnya. Dengan media yang telah tersedia, seseorang dapat memanfaatkan media tersebut sebagai media promosi untuk menyebarkan suatu informasi mengenai perusahaan mereka dalam bentuk video promosi [3].

Anomie Coffee merupakan sebuah coffee shop yang berdiri pada April 2015. Selama ini, pihak Anomie Coffee hanya melakukan suatu promosi dengan mengunggah 483 foto produk dengan 607 pengikut di akun instagram @anomiecoffee.

Contoh iklan pemasaran yang terdapat di akun Instagram Anomie Coffee:



**Gambar 1. 1** Promosi media sosial Instagram

Oleh karena itu penulis mengambil judul **“Perancangan dan Pembuatan Video sebagai Media Promosi pada Anomie Coffee menggunakan teknik Liveshoot dan MotionTracking”**.

*Liveshoot* dapat diartikan yaitu pengambilan gambar bergerak secara langsung. *Liveshoot* juga dapat dikaitkan sebagai video shooting dimana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting. Pengertian *Liveshoot* itu sendiri adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada saat proses editing dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut [4].

*Motion tracking* adalah teknik yang dapat digunakan untuk beberapa tujuan yang berbeda. Ide dasar di balik *Motion tracking* adalah bahwa frame video dapat

dianalisis untuk mengikuti posisi objek melalui waktu. Hal ini dapat berguna untuk mendeteksi adanya gerakan apapun atau untuk menangkap gerakan yang kompleks yang digunakan dalam video editing [5].

## 1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana merancang dan membuat video sebagai media promosi pada Anomie Coffee Menggunakan teknik *Liveshoot* dan *Motion Tracking*?”

## 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih fokus dan maksimal, maka penulis melakukan pembatasan penelitian yaitu :

1. Perancangan dan pembuatan video promosi Anomie Coffee akan ditayangkan di Instagram.
2. Membuat sebuah video promosi Anomie Coffee dengan durasi 45 detik.
3. Pembahasan teknik yang digunakan untuk pembuatan video promosi adalah teknik *Liveshoot* dan *Motion Tracking*.
4. Video promosi ini dibuat dengan format .mp4 dengan kualitas HD 1080p dan di render dengan H264/AVC.
5. Software yang digunakan Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects, dan Adobe Photoshop.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian tentunya ada tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai sarana publikasi dan promosi yang dapat digunakan oleh pihak Anomie Coffee.
2. Merancang dan mengimplementasikan teknik *Liveshoot* dan *Motion Tracking* ke dalam video promosi Anomie Coffee.
3. Untuk memberi informasi tentang menu serta suasana yang ada di Anomie Coffee secara visual melalui video promosi.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang didapat selama menempuh studi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
3. Mampu menimbang kemampuan dan sebagai tahap pengembangan diri dalam proses pembuatan iklan.
4. Diharapkan karya tulis ini dapat dijadikan referensi peneliti selanjutnya dalam pembuatan video promosi.
5. Diharapkan mampu meningkatkan daya saing Anomie Coffee dengan Coffee Shop atau Cafe lainnya di wilayah Yogyakarta.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data [6].

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### **1. Studi Pustaka**

Mengumpulkan data dari berbagai sumber yang bersangkutan dalam pembuatan media promosi yang dijadikan referensi dan kemudian dikembangkan dalam penelitian ini.

#### **2. Wawancara**

Melakukan sesi tanya jawab pada tanggal 4 Maret 2020 dengan Pemilik Anomie Coffee secara langsung. Dari wawancara tersebut pihak Anomie

Coffee membutuhkan video promosi yang baik untuk memperkenalkan Anomie Coffee secara keseluruhan.

### 3. Observasi

Melakukan pengamatan secara langsung pada tanggal 4 Maret 2020 pada Anomie Coffee, hasil dari tahap observasi adalah Anomie Coffee memiliki fasilitas tempat yang nyaman dan memiliki berbagai jenis menu yang tersedia.

#### 1.6.2 Analisis Data

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).

#### 1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini penulis menjabarkan secara rinci yang dilakukan bagaimana video iklan ini dibuat. Tahap ini biasanya menggunakan Storyboard untuk menggambarkan deskripsi tiap scene dengan mencantumkan semua objek dan tautan ke scene lain.

#### 1.6.4 Produksi

Ada tiga tahapan untuk memproduksi sebuah video iklan, yaitu [7].

##### 1. Praproduksi

Pra Produksi merupakan tahap yang harus mempersiapkan bahan untuk produksi kedepannya. Bahan yang dipersiapkan yaitu storyboard.

##### 2. Produksi

Tahapan ini merupakan tahapan pembuatan video iklan serta mengimplementasikan liveshoot dan motion tracking pada video iklan sesuai dengan konsep yang telah dibuat.

##### 3. Pascaproduksi

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana dilakukan proses editing terhadap file hasil produksi. Pada tahap ini akan dilakukan

pengkomposisian file hasil produksi, animasi, dan proses editing dengan sound yang kemudian akan dijadikan file video sehingga dapat ditayangkan di Instagram.

#### **1.6.5 Evaluasi**

Metode evaluasi yang digunakan yaitu dengan melakukan uji coba standarisasi iklan objek Anomie Coffee sesuai dengan keinginan.

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar penyajian ini terstruktur dan mudah di mengerti maka dibuat sistematika 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, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan, dan perangkat lunak yang digunakan.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini berisi tentang tinjauan umum, ide cerita, storyboard pada video promosi Anomie Coffee.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai produksi video promosi Anomie Coffee.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang ingin disampaikan oleh penulis.