

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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. Video Promosi sangat membantu perusahaan untuk memasarkan sebuah produk dan jasanya yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi [1].

The Bean Garden Coffee & Eatery merupakan sebuah *coffee shop* dan *resto* yang berdiri pada tanggal 14 April 2018. Selama ini, pihak The Bean Garden Coffee & Eatery hanya melakukan suatu promosi dengan memposting 212 foto produk dengan 3.141 followers di akun instagram @thebeangardencoffee. Jika sebuah promosi hanya dilakukan dengan memposting foto, nantinya interaksi atau komunikasi yang dilakukan pihak café tidak tersampaikan secara maksimal.

Liveshoot digunakan untuk mengambil gambar secara langsung pada lokasi objek sehingga seseorang lebih mudah mendapatkan gambar atau video yang sesuai dengan kejadian sebenar – benarnya yang terjadi di lokasi pengambilan gambar [2].

Motion graphic dapat digunakan untuk media promosi, karena biaya pembuatannya dapat dijangkau oleh perusahaan. Keuntungan lain yang menggunakan *motion graphic* adalah tampilannya yang menarik dan simple [3].

Motion Tracking dapat digunakan untuk memasukkan gambar atau objek 3D ke dalam rekaman 2D yang kemudian disesuaikan dengan gerakan kamera sehingga terlihat lebih nyata [5].

1.2 Rumusan Masalah

Karena cafe tersebut baru dibuka beberapa bulan yang lalu dan hanya melakukan promosi dengan memposting foto di Instagram. Maka dapat disimpulkan suatu permasalahan yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian yaitu “ Bagaimana membuat suatu promosi dalam bentuk video dengan mengimplementasikan teknik *Liveshoot*, *Motion Graphic* dan *Motion Tracking* kedalam video promosi The Bean Garden Coffee & Eatery ? “

1.3 Batasan Masalah

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

1. Membuat sebuah video promosi The Bean Garden Coffee & Eatery dengan durasi minimal 30 detik dan maksimal 60 detik.
2. Menggunakan teknik *Liveshoot*, *Motion Graphic* dan *Motion Tracking* dalam pembuatan video promosi.
3. Publikasi video promosi di upload di Instagram.

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 The Bean Garden Coffee & Eatery.
2. Merancang video promosi dan mengimplementasikan teknik *Liveshoot*, *Motion Grafik* dan *Motion Tracking* kedalam video promosi The Bean Garden Coffe & Eatery agar lebih menarik.
3. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang didapat selama menempuh studi di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Mampu menimbang kemampuan dan sebagai tahap pengembangan diri dalam proses pembuatan iklan.
3. Diharapkan karya tulis ini dapat dijadikan referensi peneliti selanjutnya dalam pembuatan video promosi.

1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Video tersebut dapat digunakan sebagai media promosi The Bean Garden Coffee & Eatery.
2. Diharapkan The Bean Garden Coffee & Eatery lebih dikenal masyarakat.
3. Diharapkan mampu meningkatkan daya saing The Bean Garden Coffee & Eatery dengan *coffee shop* atau cafe lainnya di wilayah Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode penelitian kualitatif yang datanya berbentuk kata, skema, atau gambar. Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitian [6]. Adapun beberapa metode yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data [7]. 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 tanya jawab pada tanggal 25 oktober 2018 dengan *Supervisor* The Bean Garden Coffee & Eatery secara langsung dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan suatu informasi dari cafe tersebut.

3. Observasi

Melakukan pengamatan secara langsung pada tanggal 25 oktober 2018 pada The Bean Garden Coffe & Eatery guna mengetahui lokasi dan menentukan bagian yang akan diambil untuk dijadikan video promosi.

1.6.2 Metode Analisis

Untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan dalam perancangan video promosi The Bean Garden Coffee & Eatery ini maka digunakanlah analisis SWOT. Fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman) [8].

1.6.3 Perencanaan

Perencanaan produksi memegang peran penting sebelum memproduksi video promosi. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain menentukan konsep, memperkirakan biaya dan waktu, membuat jadwal produksi, menentukan lokasi syuting, dan mengadakan pertemuan pra produksi [9].

1.6.4 Produksi

Tahap produksi adalah periode selama video promosi diproduksi. Tahap ini meliputi kegiatan syuting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan, dan pemilihan kamera [9].

1.6.5 Metode Testing

Metode testing pada penelitian ini menggunakan *Screening Test*, yaitu dengan melakukan *Screening* video yang telah dibuat sebelum akhirnya dipublikasikan. Metode ini digunakan untuk mengukur apakah video sudah sesuai dengan yang diharapkan. Jika terdapat kesalahan, maka dilakukan perbaikan hingga nantinya video benar – benar dipublikasian [10].

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih terterah pada permasalahan dan terstruktur, maka dibuatlah penjelasan pada setiap bab berdasarkan pokok permasalahan yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan dan perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi seputar ide cerita, naskah, dan storyboard pada video promosi The Bean Garden Coffee & Eatery

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai produksi video promosi The Bean Garden Coffee & Eatery.

BAB V PENUTUP

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

