

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Yogyakarta merupakan kota metropolitan, dimana sebagian besar penduduknya bergerak di perdagangan mulai dari usaha kecil, menengah, hingga besar. Salah satu contoh bidang usaha yang sedang berkembang pesat di Yogyakarta saat ini adalah usaha salad buah. Salad buah dijadikan makanan yang praktis dibawa dan disantap saat beraktivitas kerja, maupun saat bersantai. Di Yogyakarta, Fruitopia termasuk salah satu kedai salad buah yang baru berdiri sejak bulan 13 Februari 2017. Fruitopia saat ini terletak di Jl. Banyu, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, Indonesia. Fruitopia merupakan kedai salad buah yang mengambil tema tentang edukasi. Fruitopia memiliki fasilitas unggulan seperti tersedianya buku-buku pengetahuan yang bisa di baca oleh pengunjung, kapasitas pengunjung hingga 20 orang, akses listrik untuk bermain gadget maupun membawa laptop.

Instagram merupakan salah satu media promosi yang dianggap mempengaruhi minat calon konsumen. Dengan adanya media promosi melalui Instagram maka produk suatu perusahaan yang dipromosikan akan dikenal banyak orang. Hal tersebut tentu saja akan menimbulkan persuasi terhadap calon konsumen untuk membeli sebuah produk tersebut. Saat ini promosi pada Instagram sudah sangat berkembang, konsep pembuatan

promosi pun tidak lagi menggunakan teknik yang monoton. Ada banyak teknik dalam pembuatan video promosi agar terlihat lebih menarik, contohnya Teknik *live shoot*, *slow motion*, *hyperlaps*, *stop motion*, dan *motion graphic*.

Dari hasil observasi bahwa Fruitopia hanya mengunggah foto di Instagram sebagai media promosi. Menurut pemilik kedai Fruitopia mengunggah foto dalam media promosi di Instagram sudah sangat biasa, maka harus dapat menciptakan inovasi baru untuk terus berkembang dalam memasarkan produk salad tersebut. Oleh karena itu, penulis memiliki gagasan untuk membuat video promosi yang akan dipublikasi di Instagram dengan menggunakan Teknik Live Shoot untuk menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada saat proses editing, semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut. Teknik Stop Motion untuk memberikan penjelasan mengenai suatu hal yang sulit dan unik, karena dalam teknik animasi memerlukan gambaran dalam jumlah yang besar untuk menampilkan aksi setiap satu detiknya dan Teknik Motion Grafik untuk membantu menjelaskan tentang sebuah inti atau konsep.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana membuat video promosi Fruitopia Yogyakarta dengan menerapkan *Live Shoot*, *Stop*

Motion dan *Motion Grafik* sebagai sarana untuk membuat video promosi tersebut?”.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang telah dirumuskan, maka diperlukan batasan-batasan masalah, sebagai berikut:

1. Pengambilan gambar di lingkungan kedai Fruitopia Yogyakarta
2. Video promosi berdurasi 60 detik sesuai keinginan dari pihak Fruitopia
3. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video promosi ini adalah *Live Shoot*, *Stop Motion* dan *Motion Grafik*
4. Video promosi Fruitopia ini akan ditayangkan di Instagram

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai sarana publikasi dan promosi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak Fruitopia Yogyakarta sebagai media promosi
2. Mengimplementasikan teknik *Live Shoot*, *Stop Motion* dan *Motion Grafik* pada video promosi Fruitopia Yogyakarta
3. Mampu menerapkan prinsip *videography* dan animasi dengan baik agar menjadikan video lebih mudah dipahami dan lebih indah

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Peneliti

1. Menjadi inspirasi peneliti untuk pengembangan selanjutnya menggunakan teknik serupa agar lebih baik dari peneliti sebelumnya
2. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat video promosi
3. Memahami penerapan teknik *Live Shoot*, *Stop Motion* dan *Motion Grafik* untuk hasil yang lebih optimal

1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Sebagai alternatif baru dalam penyampaian informasi kepada masyarakat melalui iklan video promosi produk makanan Fruitopia
2. Menambah minat masyarakat untuk berkunjung ke kedai Fruitopia
3. Meningkatkan daya saing dengan penjual salad buah lainnya yang ada di Kota Yogyakarta
4. Untuk memperkenalkan makanan salad buah di Fruitopia secara visual melalui video promosi

1.6 Metode Penelitian

Dalam pengumpulan data dan informasi untuk memecahkan permasalahan yang ada, penulis menggunakan beberapa metode antara lain:

1.6.1 Pengumpulan data

1. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data dengan cara berpedoman pada buku dan referensi dari berbagai sumber, seperti internet atau perpustakaan yang semuanya berhubungan dengan skripsi penulis dan mendukung permasalahan yang ada. Peneliti mencari data di perpustakaan Universitas Amikom Yogyakarta.

2. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada Ibu Desi selaku pemilik kedai Fruitopia yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang kedai Fruitopia untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa penelitian. Wawancara ini dilaksanakan pada tanggal 23 April 2018.

3. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap obyek yang diteliti dan dilaksanakan pada tanggal 23 April 2018. Guna untuk mendapatkan beberapa kelebihan yang dianjurkan oleh Ibu Desi untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang ada di kedai Fruitopia.

1.6.2 Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT dalam penelitian ini.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini penulis menjabarkan video promosi ini akan dibuat dengan menggunakan storyboard sebagai perencanaan pembuatan video promosi. Storyboard biasanya terdiri dari 8-50 lembar (frame) yang terdapat ruang untuk meletakkan teks, efek suara, sudut pandang kamera disetiap frame nya.

1.6.4 Produksi

Produksi memiliki peranan penting sebelum memproduksi iklan. Beberapa hal yang harus dilakukan dalam perencanaan produksi antara lain memilih sutradara, menyeleksi penawaran, memilih agen yang membuat iklan televisi (jika tidak ada kita dapat membuatnya sendiri), memperkirakan biaya dan waktu, membuat jadwal produksi, menentukan konstruksi iklan, casting, menetapkan tempat shooting dan pemilihan pakaian.

1.6.5 Testing

Sistem testing sebagai penguji system multimedia secara keseluruhan. Sistem tersebut mencoba menentukan, jika modul-modul yang berlainan akan berfungsi secara bersamaan sesuai dengan yang direncanakan apakah cara kerja antar sistem yang ada dan sistem yang dibangun tidak sesuai. Bila seluruhnya telah sesuai dengan sistem dan sistem telah memenuhi kualitas yang ditentukan maka secara formal diterima untuk diinstal, digandakan atau dipublikasikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah berisi uraian singkat setiap bab, dimana uraian ini memberikan gambaran secara langsung tentang isi dari tiap-tiap bab yang ada dalam skripsi. Adapun sistematika dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, 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.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan, ide cerita, naskah, dan storyboard pada promosi Fruitopia Yogyakarta.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan di jelaskan tentang bagaimana hasil dari video promosi Fruitopia Yogyakarta dan juga membahas bagaimana proses pembuatannya.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang ada pada pembuatan skripsi ini.