

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah memunculkan sederetan fenomena kehidupan yang serba digital di sejumlah bidang. Pemanfaatan internet di era global sebagai wujud kemajuan teknologi digital terhadap visi modernisasi informasi kian merebak derastis terutama di bidang sosial, ekonomi, politik, budaya, dan lainnya. Di tinjau dari sisi bisnis, pemanfaatan sosial media sangat penting bagi pelaku pasar, ataupun pelaku industri. Salah satunya yaitu menunjang komunikasi di tengah proses promosi produk, pencitraan, ekspansi bisnis, dan pengembangan iklan dari sejumlah perusahaan. Perkembangan positif komunikasi pemasaran secara online akhir-akhir ini memunculkan persepsi bahwa dunia beriklan kini di minati masyarakat terutama masyarakat industri sebagai pemasaran yang komunikatif untuk semua kalangan. Pergeseran budaya masyarakat akibat perkembangan teknologi informasi (TI) harus direspon cepat oleh pelaku industri, tidak terkecuali industri periklanan [1].

Dingo Coffee merupakan kedai kopi yang memiliki tiga cabang di antaranya bertempat di Jl. Kaliurang Km 14.5 Lodadi no.13, Lodadi, Umbulmartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584, Jl. Stadion, Gedongan Lor, Maguwoharjo, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281 dan Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55184. Fasilitas dalam kedai kopi ini sangat memadai, seperti tempat nongkrong yang nyaman di luar ruangan maupun di dalam ruangan, Wifi gratis dan toilet, smoking area dan ruangan miting kedai kopi ini memiliki tempat yang strategis untuk Dingo Coffee UH tepatnya di dekat Universitas Islam Indonesia dan berada pada tepi jalan raya Kaliurang, Dingo Coffee Maguwoharjo berada di dekat stadion sepak bola Maguwoharjo dan Dingo Coffee UMY berada di dekat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dari wawancara dengan pemilik Dingo Coffee beliau menyarankan menggunakan teknik *Live Shoot* serta menginginkan teks dan gambar untuk

menyampaikan informasi dalam video tersebut maka penulis mengusulkan menggunakan Teknik *Motion Tracking*, serta mengatakan masih banyak orang yang belum mengetahui tentang kedai kopi Dingo Coffee. Lalu bagai mana beliau bisa memberikan informasi terkait kedai kopi yang beliau dirikan dengan sepraktis dan seefisien mungkin di era modern seperti saat ini untuk menaikkan jumlah pelanggan dari usaha ini.

Metode promosi yang dilakukan saat ini masih menggunakan promosi mulut ke mulut dan postingan foto dan video yang tidak menampilkan jelas semua fasilitas yang ada dalam Dingo Coffee dan menampilkan menu makanan atau minuman yang disediakan di Instagram, kurangnya media promosi yang dilakukan membuat produk dari kedai kopi Dingo Coffee ini kurang diminati oleh masyarakat, ditambah minimnya informasi tentang kedai kopi ini. Maka dari itu dibutuhkan media promosi yang tepat seperti periklanan dalam bentuk video. Untuk menarik pengunjung. Oleh karena itu untuk meningkatkan metode promosi, penulis mengusulkan untuk membuat video menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Tracking* berfungsi untuk menambah keindahan dan penjelasan informasi di dalam video, yang nantinya di unggah di akun social median Dingo Coffee di Instagram, video akan menampilkan info lokasi dari Dingo Coffee, fasilitas, pembuatan makanan atau minuman dan hidangan yang disediakan oleh kedai kopi Dingo Coffee. Akan tetapi dengan keterbatasannya sumber daya manusia video tersebut belum terealisasikan.

Dari uraian masalah di atas, penulis Menyusun skripsi menggunakan teknik *live shoot* dan *Motion Tracking* untuk membuat konten video promosi Dingo Coffee. Dengan mengangkat judul "PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA DINGO COFFEE MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION TRACKING" diharapkan dapat menjadi ajang promosi dan publikasi untuk Dingo Coffee agar dapat bersaing dalam promosi khususnya dalam bentuk video.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, penulis merumuskan masalah yaitu bagaimana cara merancang dan membuat video untuk menambah pelanggan Dingo Coffe menggunakan Teknik live shoot dan motion tracking.

1.3 Batasan Masalah

Dalam satu penelitian, ruang lingkup penelitian harus di perhatikan oleh peneliti. Agar peneliti tersebut tidak menyimpang dari sasaran, maka harus dibuat Batasan-batasan sebagai berikut:

1. Objek penelitian hanya berada di lokasi Dingo Coffee.
2. Video iklan menggunakan teknik *Motion tracking* dan *Live shoot*.
3. Iklan yang akan di tayangkan di Instagram @Dingo.ind

Hasil video iklan ini akan dipublikasikan dan di serahkan pada pihak Dingo Coffee serta di kelola oleh ahli multimedia.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan di atas maka Adapun tujuan penelitian ini adalah membuat video iklan yang dapat mevisualisaikan informasi tentang Dingo Coffee yang belum ada dalam media terdahulu.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di peroleh dari penelitian ini adalah:

15.1 Manfaat bagi penulis

- a. Dapat mengembangkan ilmu yang di pelajari selama perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta.
- b. Dapat memperoleh wawasan secara nyata dari penelitian yang di lakukan.

1.5.2 Bagi Dingo Coffee

- a. Sebagai media promosi.
- b. Membantu tim marketing dalam pemasaran produk Dingo Coffee.

1.5.3 Bagi masyarakat

- a. Sebagai salah media informasi kepada masyarakat sekitar Daerah Istimewa Yogyakarta terkait Dingo Coffee.
- b. Dengan di buatnya iklan ini diharapkan masyarakat bisa menjadi target atau sasaran promosi yang efektif.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini di tuliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikan ringkasan mengenai isi masing-masing bab.

BAB I PENDAHULUAN, berisi Latar belakang masalah, rumusan masalah.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN, didalamnya terdapat tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis masalah, solusi yang ditawarkan, rancangan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini merupakan tahapan yang penulis lakukan dalam mengembangkan aplikasi, testing hingga penerapan aplikasi di objek penelitian.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian.