

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Multimedia merupakan salah satu alat untuk mempermudah dalam penyampaian informasi dalam bentuk audio video. Multimedia memungkinkan manusia bisa berinteraksi langsung dengan komputer melalui gambar, teks, audio, animasi dan video. Multimedia juga bisa menghasilkan sesuatu yang lebih menarik. Sebagai contoh multimedia dapat digunakan untuk membuat iklan televisi, untuk keperluan presentasi, mendesain majalah, membuat animasi dan banyak lagi yang lainnya (M. Suyanto,2005:21). [1]

Promosi adalah sebuah bentuk komunikasi dalam pemasaran yang berusaha dalam menyebarkan informasi, membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan agar bersedia untuk membeli dan menerima produk yang ditawarkan. [2]

Sinematografi adalah kata serapan dari bahasa Inggris yaitu cinematography yang berasal dari bahasa Latin Kinema yang berarti gambar dan Graphoo yang berarti menulis. Sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan ilmu yang membahas tentang Teknik pengambilan gambar dan menggabungkan gambar tersebut sehingga menjadi suatu hal yang bisa menyampaikan ide cerita. [3]

Custom Culture merupakan neologisme (kata bentukan baru),digunakan untuk menggambarkan karya seni, kendaraan, gaya rambut, dan mode dari mereka yang mengendarai dan membangun Sepeda Motor juga Mobil di Amerika Serikat dari tahun 1950 sampai hari ini. Kemudian di kenal dari padanya adalah hot rod dan lowrider. Seiring waktu, masing-masing gaya yang berbeda itu disesuaikan, dicampur, dan dibentuk kembali dalam kehidupan sehari-hari hingga menjadi sesuatu yang baru. [4]

Hap.Auto.Work adalah sebuah bengkel modifikasi yang merintis tentang *custom culture* Hap.Auto.Work berada di Jl.Griya Taman Asri No.123 Bakisan, Pandowoharjo, Kec. Sleman, Kab. Sleman, Yogyakarta dan berdiri sejak tahun

2015 akhir. Bengkel ini lahir karena mulai maraknya gagasan tentang *custom culture* di Yogyakarta. Hal ini di landasi dengan masuknya beberapa *event custom culture* seperti Kustomfest di Indonesia. Dengan adanya persaingan tersebut bengkel-bengkel modifikasi motor mulai mencari inovasi untuk mempromosikan bengkel-bengkel mereka, kelebihan yang dimiliki Hap.Auto.Work ternyata masih belum cukup untuk menanamkan loyalitas di benak konsumen, meski Hap.Auto.Work sudah cukup dikenal di Yogyakarta tetapi kebanyakan orang menganggap sama saja dengan bengkel modifikasi pada umumnya.

Promosi dari Hap.Auto.work selama ini masih menggunakan stiker yang kemudian dibagikan ketika adanya event/pameran serta berita dari mulut ke mulut sehingga kualitas modifikasi serta kelebihan-kelebihan dari Hap.Auto.Work tidak terlalu bisa di representasikan dengan baik, kelebihan-kelebihan dari Hap.Auto.Work ini jika penyebarannya hanya disebar dari mulut ke mulut tanpa visualisasi yang menarik perhatian orang untuk memodifikasi dan mereparasi motor ke tempat ini.



Gambar 1.1 Stiker Haps.auto.work

Dilihat dari persaingan antar bengkel modifikasi motor yang semakin keras, maka dibutuhkan sebuah proses promosi yang kreatif. Media vidiografi menjadi sangat efisien untuk mempromosikan bengkel Hap.Auto.Work agar menarik konsumen baru dan menambah loyalitas pelanggan. Video promosi ini bertujuan untuk masyarakat para *costumer* serta calon *custumer* yang kebanyakan anak-anak muda (generasi muda) dari umur 18-35thn, generasi ini lebih dominan menggunakan media sosial dibandingkan dengan media cetak.

Maka dari itu tujuan penulisan tugas akhir ini adalah membuat “Perancangan Video Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik Cinematic Pada Haps Auto Work”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah : “Bagaimana membuat video pada Haps Auto Work sebagai media promosi menggunakan Teknik cinematic?”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang penelitian di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Video promosi dirancang menggunakan teknik *cinematic*.
2. Menampilkan video promosi Haps Auto Work.
3. Sumber data langsung diambil dari Haps Auto Work.
4. Video Promosi hanya ditayangkan dimedia Instagram .
5. Ekstensi file menggunakan standar kompresi video H.264 dengan format MP4.
6. Perancangan video dalam penelitian ini meliputi pra-produksi, produksi, dan paska-produksi.
7. Video promosi berdurasi 60 detik.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- a. pembuatan media promosi untuk lebih mengenalkan tentang Haps Auto Work kepada masyarakat luas, khususnya masyarakat yang ada di Yogyakarta.
- b. Untuk menciptakan media promosi sebagai sarana informasi yang menarik, efektif, kreatif, komunikatif, dan diharapkan mampu menarik minat masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti
 1. Mengembangkan ide dan kreativitas menciptakan video promosi yang mudah dipahami, komunikatif dan tepat sasaran.
 2. Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan di bangku perkuliahan.
- b. Bagi Haps Auto Work
Memberikan tambahan wawasan kepada Haps Auto Work tentang video promosi dan memberikan informasi tentang media yang efektif dan efisien melalui konsep perancangan visual untuk mengenalkan Haps Auto Work kepada masyarakat.
- c. Bagi Peneliti lain
Sebagai bahan studi bagi peneliti lain untuk mengembangkan menjadi penelitian yang lebih baik lagi.
- d. Bagi Fakultas
Memberikan sumbangan penulisan kepada Universitas AMIKOM Yogyakarta tentang perancangan media promosi sehingga dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang mampu menambah ilmu pengetahuan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data, adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut :

1. Metode wawancara (*interview*)

Susan Stainback (1988) mengemukakan bahwa: *interviewing provide the researcher a means to gain a deeper understanding of how the participant interpret a situation or phenomenon than can be gained through observation alone*. Jadi dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi [5].

2. Metode pengamatan langsung (*observasi*)

Nasution (1988) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan electron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas[6].

3. Metode studi kepustakaan

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan reverensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti[7].

1.6.2 Metode Analisis

SWOT merupakan singkatan dari Strengths(kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan) lingkungan internal dan Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman) lingkungan eksternal dalam dunia bisnis[8].

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan untuk membuat video promosi ini adalah metode perancangan Pra-produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini mengikuti standar penulisan tugas akhir Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tinjauan pustaka yang bersifat teoritis, yaitu membahas tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembuatan video promosi menggunakan teknik Cinematic, analisis yang digunakan dan tahap-tahap dalam produksi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum tentang Haps Auto Work, analisis yang digunakan, ide cerita, naskah, dan *storyboard* pada

pembuatan video promosi dengan teknik *cinematic*, analisis yang ditawarkan, rancangan, analisis SWOT

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang Perancangan dan Pembuatan Video Promosi Bengkel Haps Auto Work dengan Menggunakan Teknik *cinematic* dan juga hasil dari video promosi tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada pembuatan skripsi.

