

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Bim's Resik Basic merupakan sebuah *shoes cleaning service* yang berlokasi di teras kedai kopi Pas Pojok Yogyakarta. Promosi dilakukan masih sebatas *mouth-to-mouth*. Sehingga jangkauan pasar dari layanan ini hanya lingkungan pertemanan dari pemilik serta sesama *sneaker enthusiast*. Pemasaran dalam platform Instagram dikatakan belum maksimal dikarenakan konten-konten yang ditampilkan masih sebatas foto dan testimonial serta ukuran resolusi video yang terbilang lebih rendah dari Youtube. Dengan alasan ini, Bim's Resik Basic ingin dapat membagikan pesan informatif melalui media sosial Youtube mengenai jasa tersebut dan mempromosikan usahanya ketahap yang lebih luas dengan jangkauan semua masyarakat. Namun dikarenakan keterbatasan waktu dan alat, pemilik mengalami kesulitan dalam pembuatan video.

Dari permasalahan yang telah diurai di atas, penulis mengatasi masalah dengan membuat video promosi. Bim's Resik Basic menginginkan video yang berisi pesan informatif mengenai cara membersihkan sepatu yang dikemas secara menarik. Terkait dengan hal tersebut, penulis menggunakan teknik *live record* untuk menciptakan sebuah video promosi yang riil. Penulis juga menggunakan animasi teks 2D untuk memperjelas detil video sesuai dengan data yang dikumpulkan. Oleh sebab itu, penulis mengajukan judul "*Pembuatan Video Promosi Bim's Resik Basic Shoe Cleaning Service dengan Teknik Rekaman Langsung dan Animasi Teks 2D*".

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu *"Bagaimana cara merancang dan membuat video promosi untuk Bim's Resik Basic Shoe Cleaning Service dalam penggunaan Teknik Rekaman Langsung dan Animasi Teks 2D agar dapat menyampaikan pesan yang informatif?"*

## 1.3. Batasan Masalah

Agar penyusunan *"Pembuatan Video Promosi Bim's Resik Basic Shoe Cleaning Service dengan Teknik Rekaman Langsung dan Animasi Teks 2D"* dapat terarah dengan benar, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Teknik yang digunakan dalam media promosi adalah *Live Shoot/Record*.
2. Sasaran media promosi pada sosial media Youtube, sehingga Video dapat dikemas dengan format file video 16:9 .mp4 dengan kualitas full HD 1080p resolusi 1920 x 1080p.
3. Sesuai dengan durasi ideal sebuah video promosi pada Youtube, durasi master video *Live Shoot/Record* adalah minimal 1 menit.
4. Pembuatan video tidak menekankan pada software yang digunakan.
5. Ditunjukkan kepada masyarakat umum.
6. Penelitian ini hanya sebatas membuat sesuai dengan kebutuhan pihak Bim's Resik Basic kemudian diserahkan untuk dijadikan sebagai bahan promosi *"Bim's Resik Basic"*.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Menerapkan teknik *live shoot/record* dan animasi teks 2D dalam pembuatan video promosi Bim's Resik Basic yang akan digunakan juga sebagai konten pada sosial media.
2. Mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi mengenai jasa yang ditawarkan melalui video promosi tersebut yang dikemas secara menarik.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian yang dilakukan, penulis mengharapkan manfaat yang di dapat ialah sebagai berikut :

1. Sebagai media promosi bagi Bim's Resik Basic melalui video.
2. Memberi informasi mengenai jasa pada Bim's Resik Basic.

#### **1.6. Metode Penelitian**

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan video promosi ini adalah sebagai berikut :

### **1.6.1. Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Metode Studi Literatur**

Mencari informasi baik berupa video maupun text yang mengenai proses pembuatan video promosi untuk digunakan sebagai referensi dalam proses pembuatan.

#### **b. Metode Wawancara**

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada pemilik Bim's Resik Basic pada Juli 2019 di Coffee Shop Pas Pojok, yang berdasarkan pada tujuan penelitian mengenai data yang diperlukan dari masalah yang akan diangkat.

#### **c. Metode Kepustakaan**

Metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan konsep teoritis melalui buku-buku sebagai referensi mengenai teknik *live shoot/record* dan animasi teks 2D.

### **1.6.2. Metode Analisis**

Penulis menganalisis dan mengembangkan data yang didapatkan pada saat wawancara menjadi sebuah ide dan konsep untuk tahap perancangan video promosi.

### 1.6.3. Metode Perancangan

Merupakan metode yang digunakan dalam proses pembuatan video, yang akan melalui beberapa tahapan seperti pra-produksi, produksi, dan pos-produksi. Berikut adalah urutannya :

#### a. Pra-Produksi

Merupakan kegiatan yang berhubungan dengan persiapan sebelum melakukan produksi, seperti :

1. Pembuatan jadwal kerja.
2. Pembuatan konsep:
  - Perancangan ide
  - Penulisan naskah
  - Pembuatan *storyboard*

#### b. Produksi

Konsep yang telah dibuat pada tahap pra-produksi diterapkan dalam pembuatan video. Tahapan produksi antara lain meliputi:

1. Pembuatan jadwal kerja
2. Pengambilan gambar (*shooting*)

#### c. Pasca-Produksi

Merupakan metode penyelesaian produksi menjadi hasil akhir. Tahapan ini meliputi :

1. Proses *editing*
2. *Rendering*

#### 1.6.4. Metode Evaluasi

Pengujian terhadap pada tahap pasca produksi dilakukan untuk menampilkan hasil sementara dari video promosi yang telah dibuat serta membagikan kuisioner. *Testing* diperlukan agar dapat menemukan kekurangan dalam proses produksi sehingga dapat mengurangi kemungkinan cacat produksi.

#### 1.7. Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok – pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

##### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab I berisi tentang permasalahan yang melatarbelakangi penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan pada penelitian yang peneliti lakukan.

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

Bab II membahas secara teoritis mengenai konsep dasar, teori tahapan pembuatan serta teknik yang digunakan dalam pembuatan video promosi.

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

Bab III membahas mengenai analisis dalam perancangan seperti teknik yang digunakan, naskah, storyboard, dan animasi teks 2D akan dibahas dalam bab ini.

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

Bab IV ini membahas teknis pengerjaan penelitian dan menjelaskan tahap produksi pada pembuatan video promosi secara detail.

### **BAB V PENUTUP**

Bab V berisi kesimpulan dan hasil pengujian serta analisa saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**