

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

KLA Arabica merupakan salah satu Kafe yang menjadi destinasi Mahasiswa di Yogyakarta. Tempat ini dikenal sebagai lokasi yang nyaman untuk mengerjakan tugas dan menikmati kopi, sehingga menjadi favorit bagi kalangan muda. Namun, KLA Arabica sebenarnya menawarkan lebih dari sekadar tempat nongkrong. Dengan fasilitas yang lengkap dan suasana yang mendukung, Kafe ini juga cocok untuk berbagai kegiatan seperti rapat, sesi foto, hingga acara komunitas. Sayangnya, sebagian besar pelanggan hanya mengetahui KLA Arabica sebagai tempat ngopi dan nugas tanpa menyadari potensi lain yang ditawarkan.

Dalam upaya memperkenalkan KLA Arabica secara lebih luas kepada segmen Mahasiswa, diperlukan strategi branding yang mampu menggambarkan identitas dan keunggulan Kafe ini. Media visual yang menarik menjadi pilihan yang efektif untuk menyampaikan pesan secara emosional dan persuasif [1]. Dengan memanfaatkan metode *liveshoot*, pengalaman nyata di KLA Arabica dapat divisualisasikan secara langsung melalui pendekatan teknik sinematik agar memberikan sentuhan estetika yang memikat. Kombinasi ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik Kafe serta menanamkan kesan profesional dan serba guna di benak pelanggan.

Berdasarkan gambaran di atas, penulis memutuskan untuk membuat video *company profile* KLA Arabica dengan metode *liveshoot*. Teknik *Liveshoot* digunakan untuk memberikan gambaran autentik mengenai suasana dan aktivitas di KLA Arabica, sehingga audiens dapat merasakan pengalaman tersebut secara visual. Sementara itu, teknik sinematik dipilih agar video tidak hanya informatif tetapi juga estetis dan menghibur, sehingga mampu menarik perhatian mahasiswa sebagai target audiens utama. Penelitian ini bertujuan menghasilkan media promosi untuk mendekatkan KLA Arabica dengan pelanggan sekaligus meningkatkan citranya di kalangan mahasiswa melalui *video company profile*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, penting bagi KLA Arabica untuk memiliki media promosi yang mampu menggambarkan identitas dan keunggulan Kafe secara menarik dan efektif. Penulis memutuskan rumusan masalah "Bagaimana membuat *video company profile* dengan menggunakan metode *liveshoot* KLA Arabica sebagai media promosi?"

1.3 Batasan Masalah

Untuk menjaga konsistensi dan mencapai tujuan spesifik dalam pembahasan penelitian, penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Output durasi *video company profile* KLA Arabica adalah 60 detik.
2. Spesifikasi teknis dari *video company profile* adalah resolusi 1920 x1080 25 fps.
3. Konten visual meliputi fasilitas dan menu unggulan yang ditawarkan oleh KLA Arabica.
4. *Video company profile* fokus pada faktor penyampain informasi dan kelayakan visual.
5. Target *audience* dari penelitian ini adalah kalangan mahasiswa konsumen KLA Arabica.
6. Target platform penayangan adalah instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menghasilkan *video company profile* sebagai media promosi yang efektif dan estetik bagi KLA Arabica, khususnya untuk segmen mahasiswa. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan disiplin ilmu yang telah penulis dapatkan dalam bentuk *video company profile*.

2. Membantu KLA Arabica dalam ranah promosi dan branding kepada konsumen.
3. Memenuhi persyaratan jenjang strata I Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis maupun teoritis. Adapun manfaat tersebut adalah:

1. Memberikan manfaat praktis berupa panduan dalam pembuatan video promosi yang efektif dan menarik untuk KLA Arabica.
2. Memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan metode produksi video berbasis *liveshoot* sebagai strategi *branding*.
3. Sebagai kontribusi penulis dibidang multimedia sehingga dapat dijadikan referensi maupun dikembangkan lebih jauh.

1.6 Metode Penelitian

Dalam rangka mencapai tujuan penelitian secara sistematis, penulis menerapkan berbagai metode pendekatan untuk mengkaji dan menganalisis permasalahan yang dihadapi. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan penelitian [2]. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Observasi merupakan teknik mengumpulkan data dengan sistematis terhadap objek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung.

2. Metode Wawancara

Wawancara merupakan tanya jawab antara dua orang atau lebih dengan maksud tertentu. Wawancara dilakukan oleh dua pihak penanya (*interviewer*) dan yang diwawancara (*interviewee*).

3. Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan mempelajari dari berbagai literatur berupa buku, jurnal maupun fasilitas internet lain yang berkaitan dengan tema penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Sebagai langkah awal dalam mengidentifikasi masalah yang dihadapi, penulis menerapkan metode SWOT sebagai parameter analisis. Metode ini digunakan untuk *mapping* kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang relevan dengan konteks penelitian.

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi empat aspek utama dari suatu proyek atau situasi bisnis, yaitu:

a) *Strengths*

Faktor internal yang menjadi keunggulan atau nilai tambah, seperti sumber daya, keahlian, atau reputasi yang mendukung pencapaian tujuan.

b) *Weaknesses*

Faktor internal yang menjadi hambatan atau kekurangan, seperti keterbatasan sumber daya, proses yang kurang efisien, atau kelemahan dalam kompetensi.

c) *Opportunities*

Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan keuntungan, seperti tren pasar, kemajuan teknologi, atau kebijakan pemerintah yang mendukung.

d) *Threats*

Faktor eksternal yang berpotensi menjadi risiko atau tantangan, seperti persaingan, perubahan regulasi, atau kondisi ekonomi yang tidak stabil.

2. Pengujian

Untuk mengukur efektivitas *video company profile* yang telah dihasilkan, penulis menggunakan metode skala Likert sebagai alat evaluasi. Melalui

metode ini, penulis mengumpulkan data kuantitatif yang merepresentasikan persepsi partisipan secara terstruktur. Pendekatan ini memungkinkan analisis terhadap tingkat efektivitas berdasarkan respons yang diolah dalam bentuk data numerik.

1.6.3 Metode Produksi

Metode produksi dibuat secara sistematis untuk memastikan proses *shooting* yang diinginkan dapat tercapai sesuai dengan konsep dan tujuan penelitian. Adapun metode produksi yang digunakan penulis adalah sebagai berikut [3]:

1. Pra-produksi

Tahap ini melibatkan perencanaan dan persiapan sebelum proses pengambilan gambar dimulai. Aktivitas utamanya meliputi pengembangan konsep dan naskah, penyusunan jadwal, persiapan peralatan, serta pengorganisasian kru. Tahap ini bertujuan memastikan semua kebutuhan teknis dan kreatif siap untuk produksi.

2. Produksi

Pada tahap produksi, proses pengambilan gambar dilakukan sesuai dengan rencana yang telah disusun di pra-produksi. Aktivitas utamanya meliputi pengaturan pencahayaan, pengaturan kamera, dan pengambilan gambar berdasarkan *storyboard* atau konsep yang telah dibuat. Semua elemen visual dan audio direkam untuk menghasilkan materi mentah yang akan digunakan di tahap berikutnya.

3. Paska-produksi

Tahap ini merupakan proses penyelesaian video setelah produksi. Aktivitas utamanya meliputi penyuntingan video, penambahan efek visual dan suara, penyusunan narasi, serta pengaturan warna dan transisi. Tahap ini bertujuan menghasilkan video akhir yang sesuai dengan konsep dan siap untuk digunakan atau dipublikasikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk menggambarkan penelitian secara sistematis, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami isi dan alur pembahasan. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu dalam penelitian memuat bagian pendahuluan yang berfungsi sebagai pengantar terhadap permasalahan yang diteliti. Pada bab ini dijelaskan secara rinci mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan penelitian, serta maksud dan tujuan yang ingin dicapai.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua dalam penelitian memuat landasan teori yang menjadi dasar konseptual untuk mendukung pelaksanaan penelitian. Isi dari bab ini mencakup berbagai tinjauan pustaka yang berasal dari referensi relevan, yang dijadikan rujukan utama dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga dalam penelitian ini berisi analisis dan perancangan yang mencakup tahap pra produksi, produksi dan paska produksi. Dalam bab ini dijelaskan proses pengumpulan dan pengolahan informasi yang relevan untuk mendukung fase produksi, Bab ini dirancang untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai proses produksi sehingga tujuan penelitian dapat tercapai dengan efektif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat dalam penelitian ini membahas tahap pascaproduksi yang meliputi proses penyuntingan dan finalisasi video. Selain itu, juga menguraikan hasil uji lapangan untuk menilai kualitas dan efektivitas video yang telah dibuat, termasuk evaluasi terhadap aspek visual.

BAB V PENUTUP

Bab lima dalam penelitian merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan merangkum hasil-hasil penelitian secara ringkas serta menyajikan saran relevan sebagai rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

