

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi hingga saat ini sangatlah pesat, hal ini sudah menjadi kebutuhan masyarakat pebisnis dalam persaingan ketika memasarkan serta mempromosikan suatu barang atau jasa. Langkah dalam peningkatan keunggulan bisnis dengan teknologi informasi ini dapat mempengaruhi para calon konsumen, yang dimana memiliki cara dalam mempromosikannya yang lebih menarik serta lebih mudah untuk dipahami, pengemasannya juga beragam seperti teks, audio, gambar, dan video. Seperti halnya video promosi sudah sangat banyak digunakan oleh masyarakat pebisnis seperti pada sebuah rumah makan, yang dikarenakan dalam penyampaian informasinya yang lebih mudah dipahami serta komunikatif.

Warung Makan Dede Khas Banjar merupakan sebuah rumah makan yang menyajikan berbagai menu khas dari Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Salah satu menu andalan dari rumah makan ini adalah makanan khas soto banjar, namun sampai saat ini rumah makan tersebut menurut sang pemilik masih minim dalam hal mempromosikannya, media sebelumnya yang digunakan oleh rumah makan ini adalah media sosial Instagram berupa posting foto. Masalah atau kelemahan yang didapatkan yaitu belum tervisualisasikannya rumah makan serta makanan dari Warung Makan Dede Khas Banjar ini, yang dimana seiring berjalannya waktu rumah makan ini belum memiliki video promosi dalam memasarkannya, sehingga masyarakat saat ini kurang mengenal tentang rumah makan tersebut. Berdasarkan data yang didapatkan oleh penulis, untuk media sosial Instagram milik Warung

Makan Dede Khas Banjar ini juga memiliki rata – rata jumlah pengikut, dan jumlah suka pada posting foto yang relatif sedikit, seperti pada gambar berikut yang telah dilampirkan.



Gambar 1.1. Halaman Pertama Akun Instagram Warung Makan Dede Khas Banjar.



Gambar 1.2. Jumlah Suka Dari Tiap Posting Foto Di Akun Media Sosial Instagram Milik Warung Makan Dede Khas Banjar.

Untuk penjelasan dari gambar di atas yang pertama pada bagian gambar 1. yang merupakan halaman pertama dari media sosial Instagram milik Warung Makan Dede Khas Banjar dengan jumlah pengikut saat ini yaitu 304, sedangkan gambar 2. menunjukkan rata – rata jumlah suka pada posting foto yang relatif sedikit yaitu hanya dua sampai 3 saja. Berdasarkan hal ini, video promosi juga telah memiliki berbagai macam teknik dalam membuatnya, sehingga penulis ingin memilih menggunakan penggabungan teknik dari live shoot dan motion graphic, ketika video promosi tentang rumah makan dan menu andalan berupa soto banjar dari teknik live shoot ditampilkan, maka penulis akan menambahkan teknik motion graphic di dalamnya untuk membantu melengkapi serta menyempurnakan isi pesan yang tidak dapat disampaikan keseluruhan oleh teknik live shoot.

1.2. Rumusan Masalah

Setelah didapatkan masalah dari latar belakang tersebut, maka sebuah rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara membuat video promosi menggunakan teknik live shoot dan motion graphic pada Warung Makan Dede Banjar?
2. Bagaimana cara mempromosikan video tersebut?

1.3. Batasan Masalah

Agar pembahasan ini tidak melewati batas dari pokok permasalahan yang dirumuskan, maka penulis memberikan batasan masalahnya, sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Warung Makan Dede Khas Banjar.
2. Video promosi ini hanya menggunakan teknik dari *live shoot* dan *motion graphic*.

3. Promosi yang disampaikan hanya tentang rumah makan, dan menu andalannya yaitu soto banjar.
4. Video promosi ini hanya akan digunakan untuk promosi melalui posting video dan Instagram Ads di media sosial Instagram milik Warung Makan Khas Dede.
5. Penerapan video promosi ini melalui tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
6. Target video promosi ini berdurasi 1 menit.
7. Software yang digunakan oleh penulis dalam membuat video iklan ini adalah Adobe Premiere CC dan Adobe After Effects CC.
8. Video promosi ini berformat *file* .mp4 serta kualitas Full HD 1080p dan resolusi 1920x1080p.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan Tujuan pada penelitian ini:

1. Implementasi sebuah teknik dari *live shoot* dan *motion graphic* di Warung Makan Dede Khas Banjar.
2. Memberikan sebuah media promosi pada Warung Makan Khas Dede dengan video promosi.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Bagi Penulis

2. Dapat mengembangkan teknik dari *live shoot* dan *motion graphic*, kemudian kegunaan *software* Adobe premiere, After effect, dan pembuatan konsep dari video promosi.

3. Dapat terselesaikannya naskah skripsi ini untuk sebuah syarat lulus dari pendidikan Strata-1 Jurusan Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2. Manfaat Bagi Objek Penelitian

1. Merupakan media promosi yang baru pada Warung Makan Dede Khas Banjar.
2. Warung Makan Dede Khas Banjar memiliki video promosi yang dapat mempromosikan salah satu menu andalannya dengan baik.
3. Sebagai peningkatan pemasaran Warung Makan Dede Khas Banjar kepada masyarakat.

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian ini, penulis menggunakan sebuah metode penelitian deskriptif analisis, yaitu mendeskripsikan atau menggambarannya kepada objek yang diteliti melalui data atau sampel yang dikumpulkan.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Penulis mengumpulkan data dengan mengunjungi Warung Makan Dede Khas Banjar agar mendapatkan data yang lebih detail.

2. Wawancara

Pemilik telah diwawancarai oleh penulis di Warung Makan Dede Khas Banjar.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka ini sebuah metode dengan mencari informasi pada buku di perpustakaan, buku elektronik (e-book), serta sumber-sumber terpercaya untuk menjadikannya sebagai bahan referensi.

1.6.2. Metode Analisis

Untuk mencari keunggulan beserta kebutuhan pada sistem pembuatan video promosi ini penulis menggunakan metode analisis SWOT, metode analisis juga digunakan untuk mendapatkan masalah dari faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

1.6.3. Metode Perancangan dan Pembuatan

Metode perancangan dan pembuatan ini memiliki tiga tahapan, yaitu:

1. Pra Produksi

Tahapan ini di dalamnya terdiri dari ide cerita, rancangan naskah, dan rancangan storyboard.

2. Produksi

Tahapan ini akan terdapat proses pengambilan gambar, pengumpulan aset grafis, dan pengumpulan audio.

3. Pasca Produksi

Tahap akhir berupa animasi motion graphic, editing, compositing, dan rendering.

1.6.4. Metode Evaluasi

Setelah melewati metode perancangan dan pembuatan, selanjutnya akan ada metode evaluasi yaitu skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang.

1.6.5. Metode Implementasi

Implementasi dari video promosi ini akan diposting dan ditampilkan di akun media sosial Instagram milik Warung Makan Dede Khas Banjar.

1.7. Sistematika Penulisan

Dibuatnya sistematika penulisan ini agar pokok permasalahan dan seluruh uraiannya dapat dimuat pada naskah skripsi ini, sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan isi dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini terdapat beberapa teori dasar untuk referensi dalam membuat naskah skripsi, seperti konsep dasar, analisis, dan tahapan pembuatan.

BAB III: ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini tentang profil objek yang diteliti, analisis, kemudian tahapan pra produksi yang berisi ide cerita, naskah, dan *storyboard*.

BAB IV: IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini didalamnya terdapat pengambilan gambar, pengumpulan aset grafis, dan pengumpulan audio. Kemudian tahapan pasca produksi seperti animasi *motion*

graphic, editing, compossiting dan rendering, lalu membahas skala likert serta media placement.

BAB V: PENUTUP

Bab ini adalah akhir dari keseluruhan kesimpulan dari hasil yang diperoleh dari penelitian ini, dan juga terdapat saran yang disampaikan di naskah skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi sumber buku referensi yang telah dipakai oleh penulis untuk diambil teorinya sebagai tunjangan dalam menyelesaikan naskah skripsi.

