

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Galeri Pasar Kotagede merupakan galeri untuk Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUMKM) yang dikemas dalam nuansa tradisional (di kemas seperti pasar Kotagede) untuk dapat menampilkan citra jogja. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Daerah Istimewa Yogyakarta atau di singkat DISKOP dan UKM DIY bertugas mengawasi dan bertanggung jawab dalam hal ini salah satunya yaitu Galeri Pasar Kotagede Yogyakarta *International Airport* (YIA). Galeri Pasar Kotagede YIA menjadi ikon yang mencolok di terminal Yogyakarta *International Airport* (YIA). Beragam produk UMKM dari DIY dan Jawa Tengah tertata apik sesuai jenisnya. Kepala Dinas Koperasi dan UKM DIY Srie Nurkyatsiwi menyebutkan, kapasitas galeri mampu menampung hingga 500 produk UMKM. Galeri seluas 1.200 meter persegi ini menjual produk mulai dari aneka minuman tradisional, kacamata dengan bingkai kayu, pakaian, dll [1].

Infrastruktur yang mendukung dalam pembuatan video tersebut, dengan menggunakan teknik *Live shoot* dalam pengambilan gambar serta adapun teknik *Motion Graphic* dan *Compositing* adalah teknik untuk tahapan pasca produksinya. Tujuan peneliti menggunakan teknik tersebut adalah agar nuansa lokasi Pasar Kota Gede YIA tergambar dengan nyata.

Berdasarkan wawancara dengan kepala bidang UKM di kantor Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta, bahwa proses promosi melalui video sudah berjalan. Pihaknya ingin memproduksi kembali video promosi tersebut. Adapun tujuan video yang ingin di sampaikan memiliki konsep dan informasi dengan ketentuan-ketentuan yang di inginkan pihak Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta. Adanya data dan informasi yang ditambahkan yaitu menampilkan

informasi produk dan kemudahan transaksi menggunakan cashless. Namun kurangnya sumber daya manusia dalam memproduksi sebuah video promosi tersebut menjadi kendalanya.

Dari masalah yang sudah di sebutkan di atas, maka penulis berinisiatif untuk membantu mengatasi masalah produksi video promosi di Galeri Pasar Kotagede Yogyakarta *International Airport* (YIA), dengan membuat penelitian berjudul "PEMBUATAN VIDEO GALERI KUMKM YOGYAKARTA *INTERNATIONAL AIRPORT* BINAAN DINAS KOPERASI DI YOGYAKARTA".

Untuk membantu produksi video promosi pada Galeri Pasar Kotagede Yogyakarta *International Airport* Binaan Dinas Koperasi Yogyakarta.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat di rumuskan yaitu :

- a. Bagaimana mengolah suatu media promosi menggunakan video pada Galeri Pasar Kotagede-YIA?
- b. Bagaimana mengenalkan tempat penjualan produk-produk dengan video promosi ?

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang didapat dari rumusan masalah diatas, yakni:

- a. Media berupa video promosi dengan durasi video maksimal 140 detik

- b. Peneliti menjelaskan cara penerapan *Motion Graphic*, teknik *Compositing*, dan pengambilan gambar menggunakan teknik *live shot* untuk penerapan *video profile*.
- c. Publikasi video promosi akan di tayangkan di monitor yang berada di Galeri Pasar Kotagede YIA.
- d. Hasil video promosi dikemas dengan format file video .mp4 dengan resolusi 1920x1080 pixels.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan maksud untuk menjelaskan tentang penggunaan *Motion Graphic* dan *Live shoot*, sekaligus mengulas proses perancangannya, mulai dari pra-produksi hingga pasca produksi.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Sebagai sarana publikasi dan promosi dalam bentuk video promosi yang dapat digunakan oleh pihak Dinas Koprasi dan UKM DIY.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari pembuatan video promosi ini yaitu:

- a. Video promosi di harapkan dapat meningkatkan brand awareness Galeri Pasar Kotagede YIA.
- b. Sebagai sarana publikasi dan promosi dalam bentuk video promosi yang dapat digunakan oleh pihak Dinas Koprasi dan UKM Yogyakarta.

#### 1.6 Metode Penelitian

##### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan adalah sebagai berikut:

#### 1.6.1.1 Metode Observasi

Teknik yang digunakan peneliti dalam metode observasi/survey ini adalah sebagai participant observation, dimana peneliti terlibat langsung di lapangan untuk mengamati situasi pada Galeri Pasar Kotagede YIA, mulai dari perilaku konsumen, pelayanan *customer service*, dan setiap transaksi serta sudut dari setiap ruangan. Peneliti juga melakukan survey melalui *form online* untuk mengetahui tanggapan penonton dari video Galeri Pasar Kotagede YIA. Adapun Galeri Pasar Kotagede YIA berlokasi Jl. HOS Cokroaminoto No.162, Tegalrejo, Kec. Tegalrejo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55244., D.I. Yogyakarta. Hasil observasi tersebut digunakan untuk menentukan konsep *video promosi*.

#### 1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada kepala bagian Tatik Ratnawati, pada 10 Mei 2021 untuk memperoleh data-data yang valid mengenai masalah yang terjadi pada objek penelitian. Pada diskusi tersebut mendapatkan pokok materi yang akan di sampiakan di narasi dan visualnya yaitu.

1. Data jumlah UKM
2. Produk yang ditampilkan adalah produk pilihan
3. Bikin video yang membuat orang penasar dengan PKG (Pasar Kotagede)
4. Menampilkan produk-produknya dan transaksi bisa cashless
5. Tujuan Galeri Pasar Kotagede YIA untuk mempermudah mencari oleh2
6. Lokasi Keberadaan Galeri Pasar Kotagede YIA

#### 1.6.1.3 Metode Studi Kasus

Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta melaksanakan urusan Pemerintah Daerah di bidang koperasi, usaha kecil, dan menengah, serta kewenangan dekonsentrasi dan tugas Pembantuan yang diberikan oleh Pemerintah Dinas

Koperasi dan UKM Yogyakarta meminta kepada peneliti untuk dibuatkan sebuah video promosi tentang promosi Galeri Pasar Kotagede YIA. Adapun tujuan Dinas Koperasi Dan UKM Yogyakarta ingin melakukan promosi dan pengenalan dengan cara menampilkan di monitor yang berada di Galeri Pasar Kotagede YIA kepada pelanggan melalui video promosi tersebut. Dengan tujuan agar pengunjung Galeri Pasar Kotagede YIA adalah merek unggulan pada bidang karya dan kerajinan KUMKM DI Yogyakarta.

#### **1.6.1.4 Metode Deskriptif**

Dalam metode ini data yang didapat dari Galeri Pasar Kotagede YIA yaitu sejarah singkat berdirinya, jumlah pedagang, lokasi, serta visi dan misi Galeri Pasar Kotagede YIA. Data-data tersebut akan dirangkum dan digunakan sebagai penjelasan kepada audien yang tersaji dalam bentuk narasi pada video promosi.

#### **1.6.1.5 Metode Studi Pustaka**

Peneliti mengumpulkan data dan informasi dari jurnal ilmiah dengan skala nasional dan internasional serta buku yang terdapat di internet maupun perpustakaan. Referensi yang digunakan peneliti yaitu berupa video promosi, foto, serta karya pribadi dan orang lain dalam bentuk visual sebagai acuan atau referensi, yang terdapat di internet dan koleksi pribadi.

#### **1.6.1.6 Metode Analisis**

Metode Analisis Kelayakan sangat sesuai penggunaannya untuk mengukur peluang keberhasilan suatu usaha di masa mendatang. Sehingga dapat menilai apakah penggunaan teknik efek visual *Motion Graphic*, pada video promosi Galeri Pasar Kotagede YIA layak dijalankan atau tidak. Ketika sebuah analisa kelayakan menguji manfaat dari ide-ide tertentu,

memungkinkan banyak peluang pada ide untuk diperbaiki, diubah, dan diganti yang merupakan hasil dari tanggapan yang diperoleh dan analisa yang dilakukan. Saat melakukan studi kelayakan, ada banyak aspek yang harus diteliti. Pada dasarnya aspek-aspek tersebut bersifat fleksibel, sehingga bisa ditambah ataupun dikurangi sesuai dengan kebutuhan. Ada beberapa aspek dasar yang akan diteliti ketika analisis studi kelayakan dilakukan yaitu aspek hukum, teknologi, operasional, dan ekonomi

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Penelitian di dalam penyusunan laporan ini telah diatur secara sistematis dan disusun dalam lima bab supaya pembaca dapat dengan mudah memahami persoalan dan pembahasannya. Adapun urutan dari beberapa bab tersebut, diantaranya:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi beberapa masalah yang terjadi diantaranya latar belakang dan solusi singkat, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

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

Bab ini membahas teori-teori dasar tentang *Motion Graphic*, teknik *Compositing*, *video profile*, dan Galeri Pasar Kotagede YIA. Data-data tersebut didapatkan melalui jurnal ilmiah yang ada di internet dan/atau perpustakaan serta data-data yang didapat langsung kepada kepala bagian Tatik Ratnawati yang berkaitan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

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

Bab ini menjelaskan tentang alat dan bahan, perancangan video *profile*, tinjauan umum mengenai objek penelitian, dan metode atau solusi yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian. Bahan yang digunakan berupa file video berekstensi .mp4 dan aset gambar atau teks 2D berekstensi .jpeg, .png, dan/atau .ai. Kemudian, alat yang dipakai peneliti yaitu CorelDRAW 2021, Adobe Premiere Pro CC 2019,

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas lebih rinci tentang perancangan video *profile Galeri Pasar Kotagede YIA* mulai dari *Pra Produksi, Produksi, hingga Pasca Produksi*. Selain itu, bab ini juga menjelaskan dan menganalisa tentang penerapan teknik *Motion Graphic*, teknik *Compositing*, video *profile* pada video *profile Galeri Pasar Kotagede YIA*. Simulasi *editing* dilakukan dengan bahan video dan aset 2D menggunakan CorelDRAW 2021, Adobe Premiere Pro CC 2019

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil perancangan pembuatan video *profile Galeri Kumkm Pasar Kotagede YIA* serta penggunaan teknik *Motion Graphic*, teknik *Compositing*, video *profile video profile*.