

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lantai Bumi Coffe And Space merupakan salah satu *coffee shop* atau cafe yang baru beberapa tahun hadir di kota Yogyakarta. Cafe ini memiliki tempat yang asyik sebagai tempat berkumpul bersama keluarga, atau teman-teman. Cafe ini terletak di daerah pogung dan berada di lingkungan perumahan. Lantai Bumi mengusung tema atau konsep *unfinished* yaitu konsep bangunan yang sengaja tidak diselesaikan pada *finishing* bangunan seperti bagian pengecatan. "ide ini datang dari pengalaman saya saat *travelling* ke luar dan dalam negeri, sepertinya seru kalau ada seni tersendiri yang dikombinasikan antara desain interior dan kopi, dan kebetulan di Yogyakarta belum ada" ujar pemilik cafe, Dedy Apriadi.

Cafe ini dibuka pada bulan November 2016 lalu, menurut hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan pemilik cafe, bahwa Lantai Bumi sangat membutuhkan media yang dapat mempromosikan cafe ini secara menarik agar dapat lebih dikenal lagi. Karena selama ini cafe Lantai Bumi hanya mengandalkan promosi menggunakan media online seperti Instagram dan masih terbatas pada media gambar atau foto.

Dari masalah ini penulis memberikan solusi untuk membantu menyelesaikan masalah promosi café Lantai Bumi yang dinilai kurang begitu menarik oleh pemilik café, dengan cara membuat video promosi Café Lantai Bumi.

Karena media visual dinilai adalah salah satu cara yang sangat berpengaruh dalam menyampaikan sebuah informasi terutama mediasi berupa video. Dengan memanfaatkan kemampuan penulis dibidang multimedia khususnya media visual, maka penulis mengangkat judul ini sebagai karya ilmiah tugas akhir di Universitas Amikom Yogyakarta. Dengan demikian penulis bermaksud membuat video promosi ini dengan tujuan agar dapat memenuhi prasyarat kelulusan di Universitas Amikom serta memberi influens bagi Café Lantai Bumi agar dapat lebih dikenal di masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang masalah tersebut, maka penulis merumuskan masalah “Bagaimana membuat video promosi café Lantai Bumi Yogyakarta?”.

1.3 Batasan Masalah

Pembahasan pada penelitian ini hanya memfokuskan pada ruang lingkup multimedia dengan beberapa batasan masalah, yaitu :

- Hasil penelitian ini adalah berupa video.
- Penerapan teknik pada pembuatan video dan perkembangannya.

- Manfaat pembuatan video .
- Tingkat keefektifan media visual dalam promosi.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

- Untuk menerapkan penggabungan teknik *liveshoot* dan *motion tracking*.
- Sebagai syarat kelulusan untuk menyelesaikan Program Studi Diploma 3 Jurusan Manajemen Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- Bagaimana cara merancang ide, gagasan dan cerita dalam membuat sebuah video dan eksekusi editing video tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis :

- Penerapan ilmu pengetahuan yang pernah diperoleh saat kuliah.
- Pembuatan karya ilmiah sebagai bukti turut berperan serta dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang IT.
- Prasyarat kelulusan program Diploma 3 jurusan manajemen informatika UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5.2 Bagi STMIK AMIKOM :

- Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa dalam bentuk laporan Tugas Akhir maupun media visual sebagai promosi.
- Referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk laporan tugas akhir bagi mahasiswa yang sedang mengambil tugas akhir.

1.5.3 Bagi masyarakat umum dan IT :

- Refrensi dalam membuat video promosi.
- Pemicu semangat dalam pengembangan teknik-teknik dalam membuat video.

1.6 Metode Penelitian

Proses pembuatan video café Lantai Bumi menggunakan metode pengumpulan data yang dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu, : metode pengumpulan data secara observasi dan metode pengumpulan data secara wawancara.

a. Metode Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung di lapangan dalam rangka mengumpulkan data secara sistematis terhadap objek penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data asli dan mengetahui keadaan tempat pengadaaan survei secara rinci. (J.Thomas, 1992:621).

Observasi ini dilakukan secara langsung ke café Lantai Bumi, dengan mengamati situasi lingkungan dari perusahaan tersebut dengan bantuan *instrument* alat tulis dan kamera digital.

b. Metode Wawancara

Metode Wawancara adalah metode yang dilakukan dengan cara mengadakan Tanya jawab sepihak, dan dilakukan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan dua belah pihak yaitu pewawancara dengan yang diwawancarai (Moelong,2001:62). Penulis menggunakan metode wawancara terbuka yaitu Tanya jawab secara langsung kepada pemilik café yakni Mas Dedi Apriadi.

1.7 Metode Penulisan

Untuk mengetahui gambaran umum tentang pengantar karya ini, maka dirasakan perlu metode penulisan yang akan dipaparkan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan; menjelaskan tentang latar belakang masalah yang menyangkut hal-hal atau dasar-dasar yang diterapkan pada ide atau gagasan yang nantinya jadi acuan dalam pembuatan video promosi café Lantai Bumi, masalah yang ada, serta rumusan masalah, batasan masalah yang merupakan gambaran umum dari sisi secara keseluruhan materi pengantar karya atau metode penelitian.

Bab II landasan teori; menjelaskan tentang tinjauan akan berbagai data yang akan dijadikan bahan sebagai pacuan akan teori yang akan digunakan dalam pembuatan video promosi.

Bab III gambaran umum; menjelaskan tentang informasi umum dari objek penelitian.

Bab IV pembahasan; menjelaskan tentang berbagai metode atau cara pembuatan video promosi untuk café Lantai Bumi, yang akan dipergunakan untuk mempromosikan café tersebut.

Bab V penutup; menjelaskan tentang kesimpulan dari unsur-unsur yang berpengaruh dalam proses pembuatan, dan mengetahui dampak dari visualisasi media tentang promosi untuk sebuah produk.

