

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi merupakan hal yang penting dan selalu dibutuhkan oleh manusia untuk membantu menjalankan aktifitas dan rencananya. Dengan berkembangnya ilmu teknologi saat ini turut membantu manusia dalam mendapatkan informasi secara cepat, mudah dan akurat. Banyak media yang dapat dijadikan sebagai sarana memberikan informasi yang tak lepas dari peran kemajuan teknologi sendiri. Informasi merupakan data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan informasi tersebut [1].

Kebanyakan masyarakat di Indonesia menyukai iklan yang berbentuk video, iklan video menyajikan gambar yang bergerak dan disertai audio atau suara dari gambar bergerak tersebut. Berdasarkan survei Nielsen Consumer Media View yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, Lebih dari 60% konsumen di kelompok usia 21-49 tahun mengaku langsung melakukan pencarian di Google setelah menyaksikan iklan video yang tersedia. Sekitar 28% konsumen mengaku iklan video yang tersedia mendorong mereka datang ke toko untuk menyentuh langsung produk yang ditawarkan [2]. Sehingga, banyak sekali perusahaan yang membuat iklan video semenarik mungkin seiring dengan banyaknya pesaing yang juga berlomba-lomba untuk membuat video iklan yang lebih menarik.

Kegiatan pemasaran atau periklanan yang telah dilakukan oleh Café Kopi Omah Lojiwetan menggunakan media online yaitu instagram. Namun, dalam kegiatan periklanan yang dilakukan oleh Café Kopi Omah Lojiwetan ini masih belum membuat video iklan yang lebih baru dengan konsep Iklan yang lebih baru.

Café Kopi Omah Lojiwetan memiliki video profil hanya berupa gambar-gambar yang disatukan. Hal ini membuat konsumen kurang tertarik untuk melihat video tersebut dan berakibat tidak meningkatnya jumlah konsumen dan intensitas dalam mendapatkan pelanggan baru sangat minim yang dimana sehari mereka hanya mendapatkan 1-3 pelanggan saja berdasarkan catatan nota harian. Café Kopi Omah Lojiwetan merupakan café yang menyediakan macam-macam kopi dan makanan, seiring berjalannya waktu muncul café-café baru yang menjadi pesaing. Maka dari itu café tersebut membutuhkan video company profile untuk mengiklankan café.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "Bagaimana Pembuatan Video Company Profile Cafe Kopi Omah Lojiwetan dengan Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphics?"

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menampilkan profile Café Kopi Omah Lojiwetan.
2. Media upload video di Instagram serta youtube Café Kopi Omah Lojiwetan dan Penulis.
3. Video profile ini akan di uji tentang materi yang disampaikan, animasi, motion graphic, dan kelayakan visual.
4. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah live shoot dan motion graphics.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan diadakan laporan ini agar permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan video company profile dapat terlaksana sehingga tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Memperkenalkan Café Kopi Omah Lojiwetan ke masyarakat luas pada umumnya.
2. Memperbaharui media promosi pada Café Kopi Omah Lojiwetan dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang.
3. Menambah ilmu pengetahuan baru dalam pembuatan video informasi pada bidang multimedia.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Penulis
Menjadi pembelajaran baru dalam pembuatan video dengan memadukan teknik live shoot dan motion graphic
2. Café Kopi Omah Lojiwetan
Dapat digunakan sebagai sarana dokumentai dan promosi untuk mendapatkan konsumen lebih banyak.

1.6 Metode Penelitian

Dalam Metode Penelitian ini menggunakan metode dasar untuk pembuatan sebuah video.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi tentang apa yang harus dikerjakan saat melakukan pengolahan data.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara kepada owner atau pegawai dari Café Kopi Omah Lojiwetan itu sendiri dengan tujuan memperoleh informasi dan data yang jelas dan benar Café Kopi Omah Lojiwetan.

1.6.2 Metode Analisis

Penggunaan metode analisis bertujuan untuk mengenali penyebab masalah yang dihadapi serta mengambil keputusan yang tepat dari hasil analisis tersebut. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Treats)*. Analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran).

1.6.3 Metode Perancangan

Metode Perancangan adalah tahap-tahap bagaimana video ini dibuat, dimulai dengan pembuatan. Tahap perancangan ini dibuat sesuai dengan kebutuhan dari Café Kopi Omah Lojiwetan. Adapun tahapan-tahapan dalam pembuatan sebuah video *company profile* sebagai berikut:

1. Pra Produksi, menentukan persiapan ide, pengerjaan video, dan dialog atau Storyboard.
2. Produksi, Proses pengambilan gambar, proses pengambilan asset suara, dan proses pembuatan motion graphic.
3. Pasca Produksi, memeriksa hasil sementara setelah editing berupa sinkronisasi antara gerakan visual dan audio, dan render final berupa video berformat MP4.

1.7 Sistematika Penulisan

Di dalam penyusunan laporan ini secara sistematis diatur dan disusun dalam lima bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa sub. Adapun aturan dari bab pertama sampai bab terakhir adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, maksud dan tujuan penelitian, dan metode penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi kajian teori yang digunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang di bahas dalam laporan ini. Bab ini digunakan penulis sebagai acuan penulisan laporan dengan menggunakan beberapa definisi yang pernah di kemukakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Berisi analisis SWOT, solusi yang dipilih, analisis kebutuhan sistem, dan pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Berisi tahapan dimulai dari produksi, editing, dan rendering menjelaskan tentang hasil dan pengujian video profil Café Kopi Omah Lojiwetan dengan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

