

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Pada zaman ini, perkembangan teknologi yang begitu pesat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Salah satunya yang mengalami perubahan adalah media promosi dan informasi. Perkembangan media promosi dan penyampaian informasi yang awalnya hanya dari mulut ke mulut menjadi melalui video, brosur, poster, katalog, dan sebagainya memudahkan perusahaan dalam memberitahukan atau menawarkan produknya. [1]

Berkembangnya kegiatan perekonomian saat ini menyebabkan banyak produk baru serta layanan jasa bermunculan. Di satu sisi, konsumen akan dibuat senang dengan semakin bervariasinya produk konsumsi dalam memenuhi kebutuhan, namun disisi lain konsumen tentu akan semakin bingung memilih produk yang akan dikonsumsi. Di saat konsumen bingung inilah para produsen berlomba-lomba merebut perhatian konsumen dengan menginformasikan dan menawarkan produk mereka agar menjadi pemenang dalam pasar persaingan. Di sinilah iklan hadir dalam rangka memenangkan persaingan menghadapi dominasi pesaing dalam memperebutkan konsumen. [2]

Booming game di dirikan pada tahun 2016, tepatnya pada tanggal 1 Januari 2016 sebagai game center yang masih bisa dianggap baru, Booming Game dulunya bernama viper yaitu ular kecil yang mematikan. Seiring

berjalannya waktu Booming Game kini tengah berbenah untuk menjadi game center yang lebih ternama di wilayah Yogyakarta, Booming game sekarang memiliki omzet sekitar 25 juta perbulan dan disini owner mengharapkan omzet minimal 40 juta perbulan, hal ini tentu saja memerlukan langkah yang kongkrit untuk mewujudkan tujuan tersebut, dan sebuah video adalah media yang disukai oleh masyakat, karena dengan hanya melihat dan mendengarkan masyakat akan lebih menerima informasi yang akan disampaikan. [3]. Promosi berbentuk video yang penulis tawarkan akan menjadi terobosan baru untuk Booming Game untuk memperkenalkan secara detail melalui video yang menarik, sehingga masyarakat akan melihat jelas apa itu Booming Game dan lebih tertarik untuk berkunjung, oleh sebab itu penulis berpikir bahwa penelitian yang akan diajukan ini akan disambut dengan baik oleh pihak Booming Game.

Promosi digunakan sebagai salah satu aktivitas yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan, terutama tujuan perusahaan yang bersifat ekonomis yaitu untuk mengembangkan suatu usaha agar memperoleh keuntungan yang maksimum. Promosi memiliki peranan penting dalam upaya memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dalam mencapai keuntungan yang maksimum, suatu perusahaan tentunya akan membuat promosi dengan harga yang seminimal mungkin. [1]

Video Live Shoot digunakan sebagai elemen multimedia yang dapat menggambarkan hembusan napas dari ramainya perdagangan atau meyakinkan customer agar tertarik dalam memilih suatu produk (Vaughan, 2006). [4]

Motion graphic termasuk video yang diminati oleh masyarakat, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bumper-in maupun bumper-out dalam film-film yang menggunakan motion graphic. Selain itu banyak juga video-video promosi yang menggunakan motion graphic. Motion graphic merupakan media yang akan digunakan untuk mengenalkan keunggulan Booming Game. Mengingat saat ini merupakan era digital, akan efektif bila informasi yang akan kita sampaikan juga berbentuk digital, karena informasi digital dapat diakses dengan mudah di era yang serba digital seperti sekarang ini.[5]

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin menambahkan iklan berbasis video menggunakan teknik live shoot dan motion graphic sebagai media promosi untuk meningkatkan pendapatan bulanan Booming Game.

Adapun Permasalahannya antara lain yaitu:

“Bagaimana proses pembuatan video iklan berbasis multimedia yang baik agar dapat meningkatkan omzet booming game ?”

1.3 Batasan Masalah

Agar video yang dibuat bisa sesuai dengan yang direncanakan, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Media promosi ini memberikan Informasi kepada masyarakat khususnya mahasiswa yang berkuliah di Yogyakarta dan masyarakat yang sedang mencari game center yang berkualitas dengan isi konten sebagai berikut :
 - a. Pengenalan Booming Game.
 - b. Fasilitas Booming Game.
 - c. Keunggulan Booming Game.
2. Dalam pembuatan video profil ini menggunakan teknik *motion graphic* dan *live shoot*.
3. Aplikasi untuk membuat media promosi adalah, Adobe Photoshop CC2017, Adobe After Effect CC2017, Adobe Premiere CC2017 dan Adobe Audition CC2017.
4. Video berformat .Mp4 dengan kualitas HD 720p resolusi 1280x720p. dengan durasi 1 menit.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa dan merancang video iklan yang dapat meningkatkan omzet booming game.
2. Sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan strata I jurusan Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat yang di peroleh bagi penulis adalah penulis mampu membuat suatu media promosi atau video iklan untuk menangani masalah tertentu. Dalam hal ini lebih spesifik menangani masalah promosi dan mempublikasikan Booming Game
2. Manfaat yang di peroleh bagi Universitas Amikom Yogyakarta adalah sebagai tolak ukur kemampuan para mahasiswa dalam menyusun proposal kerja praktik di Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bagi Booming Game dapat digunakan sebagai dokumentasi Booming Game dan media promosi kepada masyarakat luas.

1.6 Metode Penelitian

Di dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian survei untuk mendapatkan hasil dalam bentuk opini/pendapat dari orang yang berinteraksi langsung dengan apa yang diamati. Penelitian dilakukan beberapa metode dalam pengumpulan data dan penulis menjabarkan cara-cara memperoleh data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi (Pengamatan)

Adalah metode yang digunakan penulis dengan meninjau kembali video promosi instansi yang berkaitan contohnya warnet dan game center lainnya agar terciptanya video promosi yang baik dan menarik. Pada metode observasi ini penulis mendapatkan suatu data dengan jalan pengamatan dan melaksanakan pencatatan-pencatatan untuk mengumpulkan data yang akan dipakai dalam pembuatan video promosi. Observasi dilakukan di situs online Youtube pada bulan November tahun 2018.

b. Metode Studi Pustaka

Metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan melakukan penelaahan terhadap berbagai buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan video iklan serta teknik video yang digunakan sebagai acuan penulis. Studi Pustaka dilakukan di Perpustakaan Grhatama Pustaka Yogyakarta dan Perpustakaan Kota Jogja pada bulan November tahun 2018.

c. Metode Wawancara

Metode wawancara atau tanya jawab secara langsung dilakukan oleh penulis dengan pihak yang terkait untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan pada media sosialisasi. Wawancara dilakukan dengan Mulya Prasetya selaku owner di Booming Game pada bulan November tahun 2018.

1.6.2 Metode Analisis

Setelah melakukan proses pengumpulan data selanjutnya data yang sudah diperoleh diolah dan dianalisa, dalam melakukan pembuatan media promosi pada Booming Game. Disini penulis menggunakan beberapa metode Analisa yang dilakukan metode Analisa sistem yaitu, analisa SWOT. [3]

Analisa SWOT digunakan singkatan dari Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunities (peluang), Threats (tantangan) yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi dan memecahkan masalah yang ada pada instansi yang diteliti. Analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Tujuan digunakan metode ini adalah untuk mengetahui kebutuhan.

1.6.3 Metode Perancangan

Adapun tahapan-tahapan yang digunakan penulis untuk memudahkan dalam pembuatan sebuah video iklan [3] adalah sebagai berikut :

1. Pra Produksi, Identifikasi masalah atau kebutuhan, Sinopsis, Treatment, Naskah/skrip.
2. Produksi, Melakukan shooting sesuai dengan rancangan, selanjutnya melakukan rekaman audio sebelum melakukan editing agar penulis lebih dulu mengetahui batasan setiap scene dengan menggunakan narasi sebagai acuan batasan setiap scene.

3. Pasca Produksi, Memeriksa hasil sementara setelah editing berupa sinkronisasi antara gerakan visual dan audio, penambahan atribut pelengkap dan render final berupa video berformat .Mp4.

1.6.4 Metode Testing

Metode testing menggunakan teknik black box, pengujian yang dilakukan dengan mengamati hasil eksekusi melalui data uji dan memeriksa fungsional dari video yang dibuat, metode ini dilakukan untuk menentukan apakah video tersebut sudah layak digunakan atau belum layak digunakan.

1.6.5 Metode Implementasi

Penulis melakukan implementasi penayangan video iklan di media social berupa Instagram.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap skripsi ini, maka pembahasan dibagi dalam beberapa bab sesuai dengan pokok permasalahan, yaitu:

Bab I :Pendahuluan

Bab ini pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II :Landasan Teori

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar pembuatan video, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video promosi

Bab III :Anallsis dan Perancangan

Bab ini menguraikan tentang profil Booming Game, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

Bab IV :Implementasi dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video promosi pada Booming Game serta pembahasannya.

Bab V :Penutup, Kesimpulan dan Saran.

Daftar Pustaka.

