

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kafe dan restoran saat ini tempat yang sedang digemari oleh anak-anak muda di Kota Yogyakarta untuk berkumpul, nongkrong dan tempat makan. Sehingga tidak heran jika sekarang mulai menjamur tempat-tempat seperti itu, respon dari masyarakat pun sangat beragam terutama dari kalangan anak-anak muda. Seiring dengan pekungannya kafedan restoran juga sudah tidak hanya menjadi tempat nongkrong dan makan saja, melainkan sudah menjadi gaya hidup dan trend center bagi masyarakat perkotaan.

Streetbar and resto secara keseluruhan memberikan fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung seperti hot spot gratis yang membuat pengunjung betah dan nyaman berlama lama disana. Sudah banyak sekali kafe dan restoraan yang mulai bermunculan di Kota Yogyakarta, namun kafe Streetbar and Resto memiliki konsep yang baru, yaitu dengan mengabungkan live musik *All genre* dengan tempat makan, beda dengan café dan restoran di tempat lain, karena kebanyakan hanya mengusung tema tenang dan nyaman saja, mungkin bagi beberapa orang tidak suka akan hal itu karena terlihat terlalu mahal dan resmi.namun dari segi harga kafe Streetbar and Resto masih tergolong terjangkau bila dibandingkan dengan kafe - kafe ditempat lain, sehingga tidak heran jika para pelanggannya kebanyakan adalah anak-anak muda dan anak-anak kuliahan.

Sayangnya keberadaan kafe Streetbar and Resto di Yogyakarta belum banyak diketahui oleh masyarakat Yogyakarta. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti, kafe StreetBar and Resto sudah menggunakan media sosial sebagai media promosi. Langkah promosi yang disasar selanjutnya oleh pemilik kafe adalah membuat sebuah video promosi. Namun, pemilik kafe StreetBar dan Resto kurang mengerti tentang cara pembuatan video promosi dengan baik dan maka dari itulah peneliti menawarkan solusi dengan membuat sebuah video promosi untuk kafe StreetBar and Resto.

Dari permasalahan diatas, peneliti memutuskan untuk mengangkat sebuah judul "Perancangan dan Pembuatan Video Promosi Cafe StreetBar and Resto dengan Menggunakan Teknik *Timelapse* dan *Hyperlapse*."

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat diidentifikasi yang terjadi pada kafe StreetBar and Resto Yogyakarta adalah

- a. Kurangnya media promosi yang efektif.
- b. Kafe StreetBar and Resto belum terlalu dikenal masyarakat Yogyakarta.
- c. Perlunya pengembangan media promosi yang dapat menarik perhatian calon konsumen.

1.3 Batasan Masalah

- a. Konsep perancangan media promosi kafe StreetBar and Resto yang mampu menarik minat masyarakat.
- b. Jenis media atau bentuk media promosi yang efisien untuk mempromosikan kafe StreetBar and Resto.

1.4 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana merancang strategi promosi yang, menarik, dan komunikatif untuk mempromosikan kafeStreetbar and Resto melalui media video?
- b. Bagaimana memilih media promosi yang tepat dan efektif untuk mempromosikan kafeStreetbar and Resto melalui media video?

1.5Maksud dan Tujuan

- a. Tujuan dari pembuatan media promosi ini adalah untuk lebih mengenalkan tentang kafe StreetBar and Resto kepada masyarakat luas.
- b. Untuk menciptakan media promosi sebagai sarana informasi yang menarik, efektif, kreatif, komunikatif, dan diharapkan mampu menarik minat masyarakat.

1.6 Manfaat

1.6.1Mahasiswa

- a. Mengembangkan ide dan kreativitas menciptakan video promosi yang mudah dipahami, komunikatif dan tepat sasaran.
- b. Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan di bangku perkuliahan.

1.6.2 Universitas AMIKOM Yogyakarta

Memberikan sumbangan penulisan kepada Universitas AMIKOM Yogyakarta tentang desain perancangan media promosi sehingga dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang mampu menambah ilmu pengetahuan.

1.6.3 Kafe StreetBar and Resto Yogyakarta

Memberikan tambahan wawasan kepada Kafe StreetBar and Resto Yogyakarta tentang video promosi dan memberikan informasi tentang media yang efektif dan efisien melalui konsep perancangan visual untuk mengenalkan StreetBar and Resto kepada masyarakat.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

1.7.1.1 Studi Literatur

Studi pustaka yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari artikel-artikel, buku referensi dan informasi di internet dan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian. Metode ini dilakukan untuk mendapatkan data sebagai salah satu referensi dalam penelitian ini.[1]

1.7.1.2 Studi Lapangan

Studi lapangan dimaksudkan untuk mendapatkan keterangan mengenai semua hal yang berhubungan dengan yang ada di objek penelitian. Dalam memperoleh data digunakan beberapa metode yaitu:

1) Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung kegiatan yang sedang dilakukan. Pada waktu melakukan observasi, analisis sistem dapat ikut juga berpartisipasi atau hanya mengamati saja orang-orang yang sedang melakukan kegiatan tertentu yang diobservasi.[2] Peneliti melakukan observasi langsung ketempat penelitian untuk mencari data dan informasi.

2) Wawancara

Metode wawancara telah sah sebagai teknik pengumpulan data yang penting dalam proses penelitian dan banyak dilakukan dalam pengembangan sistem informasi. Wawancara memungkinkan analisis sistem sebagai pewawancara untuk mengumpulkan data secara tatap muka langsung dengan orang yang diwawancarai. Penelitian ini melalui wawancara yang dilakukan dengan Pemilik kafe StreetBar and Resto.[2]

3) Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah terjadi. Dokumen bisa berbentuk text, gambar, atau karya-karya monumental. Dokumen yang berbentuk text misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain - lain. Metode ini juga berfungsi sebagai pengumpulan data-data pendukung seperti gambar-gambar atau dokumen yang lainnya.[3]

4) Kuisisioner

Kuisisioner atau angket merupakan teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis kepada pengguna tentang penggunaan aplikasi, user interface aplikasi dan manfaatnya. Kuisisioner yang dilakukan penulis kepada para pengelola dan pengunjung kafe StreetBar and Resto untuk mengetahui apakah video ini layak sebagai video promosi.[4]

1.7.2 Metode *Testing*

1.7.2.1 *Testing*

Pengujian yang dilakukan adalah menggunakan beta *testing* dan Alpha *testing*. Yaitu penyerahan sample video dengan tujuan mendapatkan informasi dari pemilik kafe streetbar and resto mengenai hal apa saja yang kurang didalam video promosi tersebut.

1. Alpha *Testing*

Alpha *testing* adalah melakukan pengujian pertama pada video promosi yang sedang dirancang. Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap *Storyboard*, video, dan *Background Music*.

2. Beta *testing*

Beta *testing* adalah melakukan Perubahan dan Penyesuaian pada video yang mengacu pada hasil Alpha *testing*.

1.8 Sistematika Penulisan

Berisi sistematika penulisan skripsi yang memuat uraian secara garis besar isi skripsi untuk tiap-tiap bab tulisan ini. Peneliti harus dapat mendeskripsikan (menggambarkan) apasaja isi masing-masing Bab yang akan disusun.

Bab I Pendahuluan

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

Bab II Landasan teori

Berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori yang digunakan.

Bab III Analisis dan Perancangan

Berisi tentang tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis masalah, solusi yang ditawarkan, rancangan, analisis SWOT.

Bab IV Implementasi dan Pembahasan

Bab ini merupakan tahapan yang penulis lakukan dalam mengembangkan aplikasi, testing hingga penerapan aplikasi di objek penelitian.

Bab V Penutup

Berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian.

Daftar Pustaka