

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan dunia yang pesat, perkembangan kondisi pasar sekarang ini telah membawa pengaruh terhadap strategi yang harus diterapkan oleh perusahaan dalam menawarkan dan memasarkan produk mereka. Salah satu akibatnya adalah video promosi yang semakin hari semakin banyak dijumpai dan menjadi daya tarik tersendiri untuk memasarkan suatu produk. Dalam proses *editing* video, telah banyak teknik yang menampilkan kelebihan dan keunikannya masing - masing. Salah satu yang menarik adalah teknik *Camera Tracking*.

Camera Tracking adalah proses mengambil sebuah objek yang bergerak atau (multiple objek) dari waktu ke waktu menggunakan kamera. Teknik ini memiliki berbagai kegunaan, beberapa diantaranya adalah: Interaksi manusia dengan komputer, keamanan dan pengawasan, komunikasi dan editing.

Promosi pada umumnya dikenal oleh masyarakat luas sebagai istilah dalam dunia usaha untuk memperkenalkan atau menawarkan produk. Salah satu media yang paling efektif untuk melakukan promosi adalah video. Dalam video kita dapat menggabungkan beberapa elemen yang mendukung seperti gambar, animasi, suara dan teks.

Saat ini Maraville Coffee hanya memanfaatkan media sosial Sebagai media promosi. Padahal *coffee shop* serupa lainnya sudah menggunakan video

sebagai media promosi. Maka dari itu dibutuhkan video promosi yang menarik dan berbeda agar Maraville Coffee dapat bersaing dengan *coffee shop* lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis akan mengangkat sebuah penelitian yang berjudul "**Pembuatan Iklan Maraville Coffee Yogyakarta Sebagai Media Promosi dengan Menggunakan Teknik Camera Tracking**". Dengan adanya media promosi ini diharapkan informasi dan keunggulan objek wisata tersebut akan tersampaikan kepada konsumen dan memperluas pemasaran sehingga Maraville Coffee dapat bersaing dengan *coffee shop* lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka yang menjadi pokok permasalahan adalah " Bagaimana mengimplementasikan teknik *camera tracking* ke dalam pembuatan video promosi Maraville Coffee ? "

1.3 Batasan masalah

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, diperlukan batasan batasan agar pembahasan dari penelitian ini tidak menyimpang dari yang telah dirumuskan .

Batasan – batasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil implementasi akan berbentuk video berdurasi 30 detik

2. Software yang digunakan adalah Adobe Premiere Pro, Adobe After Effect dan Adobe Photoshop.
3. Penulis hanya membahas pada teknik yang digunakan dan tidak membahas pada dampak pembuatan video promosi tersebut.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun manfaat yang ingin kami peroleh dari penelitian dan penyusunan tugas akhir ini adalah :

1. Membuat video promosi *coffee shop* untuk meningkatkan daya tarik pembeli dan membuat Maraville Coffee dapat bersaing dengan *coffee shop* lainnya.
2. Sebagai penerapan dan pengembangan ilmu multimedia yang didapat selama perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Diploma 3 Teknik Informatika pada Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin kami peroleh dari penelitian dan penyusunan tugas akhir ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penulis dapat memperluas ilmu multimedia dan videografi dengan menggabungkan antara ilmu yang didapat saat perkuliahan dengan penerapannya langsung di dunia nyata.

2. Bagi Pembaca

Pembaca diharapkan mendapat pengetahuan dan referensi bagaimana implementasi teknik *Camera Tracking*

3. Bagi Coffee Shop

Sebagai alternatif media promosi yang baru dan menarik untuk meningkatkan pembeli dan menambah daya tarik dari Maraville Coffee sehingga dapat bersaing dengan *coffee shop* lainnya.

4. Bagi Universitas

1. Sebagai dokumentasi penelitian mahasiswa dalam bentuk laporan tugas akhir.
2. Sebagai referensi bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan laporan tugas akhir.

1.6 Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang permasalahan dari objek penelitian ini adalah

a. Survei

Penulis terjun langsung ke lokasi sebagai bahan pertimbangan pengambilan video, selain itu penulis juga mencari alat dan talent pendukung yang digunakan pada proses pengambilan video.

b. Observasi

Penulis mengadakan pengamatan dan pengambilan data langsung terhadap video sejenis untuk memperoleh informasi tambahan sebagai inspirasi dalam pembuatan video dan laporan.

c. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung dengan mengajukan pertanyaan antara peneliti terhadap nara sumber di lokasi.

d. Studi Literatur

Yaitu teknik pengumpulan data dengan membaca buku atau jurnal pustaka yang merupakan penunjang dalam memperoleh data untuk melengkapi penyusunan laporan.

1.7 Sistemika Penulisan

Sistematika Penulisan laporan ini disusun menggunakan dasar – dasar penulisan karya ilmiah. Metode ini dilakukan agar dalam penyusunan laporan

menjadi lebih teratur dan mudah dipahami. Sistematika penulisan pada laporan ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang penulisan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengambilan data, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian iklan, multimedia, tahap pembuatan video, pengertian dan konsep teknik *Camera Tracking* dan tahap produksi.

BAB III TINJAUAN UMUM

Berupa gambaran umum tentang Maraville Coffee, perancangan pembuatan video dan analisis kebutuhan dalam pembuatan video promosi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan *editing video* yang dilakukan, implementasi teknik *Camera Tracking* dan video yang dihasilkan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diterima dari pembahasan pada keseluruhan bab yang terdapat pada laporan

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

