

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Penggunaan iklan sebagai media promosi untuk sebuah layanan jasa sudah banyak digunakan dan semakin berkembang, terutama penggunaan iklan di Social Media. Namun pada kenyataannya perkembangan dunia video yang semakin pesat tersebut belum diterapkan pada Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin untuk mempromosikannya. Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin masih menggunakan media promosi posting foto di Instagram yang kurang menarik. sebagai media promosi untuk saat ini, media promosi yang digunakan kurang efektif untuk menarik minat masyarakat mampir ke Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin. Karena, media promosi yang kurang mendapat respon positif dari masyarakat. Penerapan teknik Motion Tracking yang akan digabungkan dengan visual effect menjadi gaya tersendiri dalam pembuatan media promosi untuk Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin. Dalam teknik pengambilan gambar merupakan suatu perhatian yang nanti akan dikombinasikan dengan visual effect yang telah direncanakan oleh pembuatannya.

Pembuatan video sangat diperlukan teknik tersendiri dalam penyajiannya, salah satunya dengan menerapkan teknik motion tracking. penerapan teknik motion tracking pada saat live shoot memerlukan ketepatan saat melakukan pengambilan video, yaitu memfokuskan objek tracking agar tetap tertangkap ke dalam frame. teknik motion tracking ini diterapkan untuk dapat memberikan penjelasan tentang produk di Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin yang masih terhitung sangat muda dalam memasuki dunia kuliner di yogyakarta, dalam hal ini khususnya seputar dengan iklan Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin.

Di dalam sebuah video yang akan di aplikasikan dengan sentuhan motion tracking akan memadukan sebuah cerita yang sesuai dengan tema yang akan di paparkan. Pembuatan ide dan konsep pada iklan sangatlah diperhatikan, karena di dalam penggunaanya menggabungkan teknik motion tracking dan live shoot merupakan tantangan tersendiri dalam pembuatan video ini. Dengan menerapkan

teknik motion tracking bisa mempromosikan produk makanan ini lewat media video. Dari masalah yang telah dipaparkan diatas maka penulis mempunyai ide untuk merancang sebuah video kreatif dalam membangun branding Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin, yaitu dengan judul “Pengembangan Teknik Motion Tracking untuk Media Promosi Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin” [1].

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yakni, Pengembangan teknik *motion tracking* pada video iklan Bubur Bakar Neng Ulin menggunakan media aplikasi *Adobe Premiere Pro 2020* dan *After Effect 2020*.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi permasalahan pada:

1. Menggunakan 1 tempat yaitu warung Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin Yogyakarta.
2. Video iklan ini mengimplementasikan teknik *motion tracking*.
3. Media promosi online yang digunakan adalah *Instagram*.
4. Video promosi ini berdurasi 1 menit.
5. Video menggunakan format H.264 dengan resolusi *Full HD* (1920 x 1080 *pixel*).

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menerapkan teknik *motion tracking* pada video iklan Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin.
2. Video iklan dibuat guna mempromosikan Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin di Yogyakarta.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menerapkan ilmu yang di dapat di bangku kuliah dan mengerti tentang iklan dan publikasi menggunakan video.
2. Bagi penulis, penulis mendapatkan pengalaman dari proses pengimplementasian *motion tracking* pada Video Iklan Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin.
3. Bagi pembaca, dapat menambah ilmu pengetahuan terhadap pengimplementasian teknik *motion tracking* pada video iklan.
4. Bagi masyarakat, meningkatnya konsumen baik dari lokal maupun luar untuk menikmati kuliner di Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi metode pengumpulan data dan pengembang. Agar menghasilkan data dan laporan yang akurat, maka pelaksanaan disusun tahapan secara terperinci. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metodologi penelitian yang terstruktur. Metodologi penelitian sebagai berikut :

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Untuk membantu kelancaran penyusunan skripsi ini, maka diperlukan data – data dan informasi yang cukup mengenai permasalahan yang akan dibahas agar sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

#### **A. Metode Observasi**

Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video yang menerapkan teknik *motion tracking* sebagai referensi dan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan di teliti serta pencatatan secara cermat. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung di Bubur Bakar Sukabumi Neng Ulin.

#### **B. Wawancara**

Wawancara dilakukan dengan pemilik perusahaan, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

### C. Study Literatur

Menurut Creswell, John. W. (2014) menyatakan bahwa Kajian literatur adalah ringkasan tertulis mengenai artikel dari jurnal, buku, dan dokumen lain yang mendeskripsikan teori serta informasi baik masa lalu maupun saat ini mengorganisasikan pustaka ke dalam topik dan dokumen yang dibutuhkan[2].

### D. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer dengan metode survei untuk memperoleh opini responden. Kuesioner dapat didistribusikan kepada responden dengan cara: (1) Langsung oleh peneliti (mandiri); (2) Dikirim lewat pos (mailquestionair); (3) Dikirim lewat komputer misalnya surat elektronik (e-mail)[3].

#### 1.6.2 Metode Analisis

Metode pengolahan yang digunakan adalah analisis SWOT. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari Strength (S), Weakness (W), Oppurtunities (O), dan Threats (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor didalam perusahaan (S dan W).

#### 1.6.3 Metode Perancangan

Tahap ini adalah tahap yang dilakukan sebelum kegiatan produksi (pra-produksi) yang di dalamnya terdapat beberapa persiapan yaitu, merancang konsep iklan, merancang isi iklan, merancang naskah iklan, merancang Storyboard, dan Memproduksi iklan.

#### 1.6.4 Metode Pengembangan

Tahap ini dilakukakannya review hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan

kebutuhan iklan, dan menentukan hasil untuk masuk tahap pasca produksi (editing).

#### **1.6.5 Implementasi**

Merupakan tahap akhir dimana video iklan Bubur Bakar Neng Ulin yang telah dibuat akan ditayangkan pada Instagram @buburbakarnengulin.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah di mengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan di bahas, yang terdiri dari latar Belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian Pustaka, konsep dasar pengimplementasian video promosi dengan Adobe Premiere Pro.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menguraikan tentang pembuatan video promosi dengan Adobe Premiere Pro serta perancangan video.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video promosi serta pembahasan.

#### **BAB V PENUTUP**

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