

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi membawa dua dampak, di satu sisi dapat meningkatkan kesempatan di bidang ketenagakerjaan, di sisi lain terhadap dunia usaha kompetisi semakin tajam dan ketat, oleh karena itu dibutuhkan strategi yang tepat dalam mencapai keberhasilan di bidang dunia usaha. Dalam memasarkan sebuah produk pihak perusahaan membutuhkan program promosi yang memiliki media sarana yang efektif. Dari sarana media yang telah digunakan setiap periode yang telah ditentukan tentunya telah dilakukan evaluasi secara seksama agar program promosi waktu mendatang mempunyai nilai yang lebih baik dibandingkan waktu sebelumnya [1].

Promosi merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran dalam suatu perusahaan. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan [2].

Dalam memperkenalkan Toko Ibob Sport sampai pada saat ini cenderung lebih cepat dengan cara offline, kebanyakan konsumen yang datang ke toko. Karena keterbatasan karyawan yang hanya satu orang saja dan hanya menggunakan media yang sangat terbatas. Dalam mengembangkan bisnisnya, mereka juga melakukan kegiatan promosi seperti perusahaan lainnya. Tahapan promosi yang dilakukan saat ini masih bersifat manual dengan memposting foto di media sosial. Dengan adanya permasalahan pandemi saat ini yang semakin membuat kerugian terhadap penjualan yang semakin menurun, dari masalah tersebut untuk memecahkan solusi dengan adanya pembuatan video profile penjualan dalam mendukung penyajian promosi melalui pengemasan visualisasi informasi dalam bentuk video secara jelas dengan beberapa ilustrasi yang diharapkan mampu meningkatkan produk-produk

keunggulannya dan meningkatkan keuntungan pendapatan dalam penjualannya. Video profile penjualan tersebut dapat diunggah ke situs internet untuk media promosi yang lebih luas, seperti youtube, instagram dan media sosial lainnya untuk target meningkatkan penjualan luar daerah Kebumen. Video ini dibuat untuk memperkenalkan atau menginformasikan Toko Ibob Sport produk yang ditawarkan kepada konsumen atau masyarakat luas.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis mengusulkan adanya pembuatan video profile penjualan dalam mendukung penyajian promosi dan informasi. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul "PEMBUATAN VIDEO PROFILE PENJUALAN TOKO IBOB SPORT SEBAGAI MEDIA PROMOSI MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC".

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu :

1. Bagaimana merancang sebuah Video Profile penjualan Toko Ibob Sport yang bermanfaat dan menarik perhatian konsumen?
2. Bagaimana cara mengatasi masalah saat pandemi ini untuk meningkatkan keuntungan pendapatan penjualan?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam Pembuatan Video Profile Toko Ibob Sport adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian video ini adalah Toko Ibob Sport.
2. Materi video ini berisi tentang informasi yang mendukung promosi.
3. Penguji dari hasil penelitian ini adalah karyawan Toko Ibob Sport, dan praktisi multimedia.
4. Video profile penjualan ini akan diiklankan pada media Youtube.
5. Resolusi dari video ini adalah AVCHD 1080p 50fps dengan codec H.264 dan berekstensi *.mp4.
6. Target durasi dari video ini kurang lebih 2 menit.
7. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah faktor informasi dan kelayakan video.

8. Tahap penelitian berakhir sampai video diserahkan ke pihak Toko Ibob Sport.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memberikan sebuah media baru dalam promosi Toko Ibob Sport. Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Membuat video promosi Toko Ibob Sport yang menjelaskan proses jasa pemasangan senar raket, mekanisme pelayanan, fasilitas yang tersedia, lokasi toko tersebut dan lain sebagainya.
2. Meningkatkan keuntungan hasil dari penjualannya.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Pihak Peneliti

1. Mampu mengembangkan ilmu dan keterampilan yang dimiliki seorang peneliti.
2. Menerapkan ilmu bidang multimedia yang didapat selama mengikuti pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Menambah referensi penelitian bagi peneliti lainnya.

1.5.2 Bagi Pihak Objek

1. Membantu sebagai media promosi yang diharapkan dapat meningkatkan promosi melalui video profile tentang perusahaan Toko Ibob Sport kepada masyarakat luas.
2. Membantu masyarakat sekitar maupun luar daerah agar mengetahui keunggulan Toko Ibob Sport.
3. Membantu Toko Ibob Sport untuk meningkatkan kualitas promosi dalam bersaing.
4. Meningkatkan omset penjualan bagi Toko Ibob Sport.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mencapai hasil terbaik dalam proses penelitian yang digunakan untuk perancangan dan sebagai penunjang keakuratan dalam melakukan penelitian ini. Adapun beberapa metode yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode observasi digunakan untuk memperoleh pengumpulan data dengan melakukan pendekatan atau pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan penulis dalam melakukan penelitian.

2. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan objek yang bersangkutan. Dalam penelitian ini, metode wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dari Toko Ibob Sport secara langsung.

3. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari berbagai buku referensi yang berkaitan dengan penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Penelitian menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari Strengths (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang), dan Threats (Ancaman) yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber masalah yang dimiliki perusahaan Toko Ibob Sport dan mencari solusi untuk memecahkan masalah yang sedang terjadi dan dengan menggunakan metode analisis kebutuhan fungsional dan non fungsional serta analisis kelayakan.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan video profile penjualan Toko Ibob Sport ini akan dilakukan dengan menerapkan sistem produksi multimedia, yaitu:

1. Pra Produksi (Tema, Naskah, dan Storyboard).
2. Produksi (Pengambilan Gambar, Pembuatan Aset).
3. Pasca Produksi (Compositing, Editing, Rendering).

1.6.4 Evaluasi

Tahap evaluasi video profile penjualan ini dilakukan dengan melakukan tinjauan kembali, apakah video sudah sesuai dengan konsep yang diharapkan. Pada tahap ini menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik yang diterapkan pada

video profile penjualan Toko Ibob Sport sehingga visualisasi informasi dapat dipahami oleh audience.

1.6.5 Metode Testing

Metode testing yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: kuesioner dengan menggunakan perhitungan skala likert.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi kumpulan teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan, termasuk analisis kebutuhan dan uraian tentang proses perancangan video profile penjualan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisikan tentang tahap produksi, termasuk pengambilan gambar, proses editing, compositing, rendering, testing, dan implementasi.

BAB V. PENUTUP

Bab terakhir menjelaskan tentang garis besar atau kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.

LAMPIRAN.