

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Zaman sekarang adalah zaman dimana perkembangan teknologi informasi terutama dibidang multimedia berkembang dengan pesat. Dalam hal memasarkan suatu produk, jasa, ataupun perusahaan tentunya setiap orang pasti menginginkan media pemasaran dengan visualisasi yang indah namun tetap informatif. Metode pemasaran yang banyak digunakan saat ini ialah menggunakan video. Karena video melibatkan 2 alat indera yaitu mata dan telinga sebagai media penerima informasi audio visual. [1]

Spasi Coffee & Space adalah penggabungan dua konsep antara tempat kopi atau kafe dan ruang kerja yang bertemakan industrialis, berlokasi di kawasan Kaliurang, Yogyakarta. Kafe baru berdiri akhir tahun 2019. Spasi menyediakan hidangan makanan, minuman, ruang kerja dengan akses *wi-fi* yang cepat, fasilitas taman dan *live music*.

Spasi Coffee & Space sudah melakukan beberapa kegiatan promosi pada media sosial untuk mendatangkan pengunjung dan hingga saat ini media promosi dari sosial media antara lain adalah *Instagram* (@spasicoffe), *Facebook* (@spasicoffee) dan *Google Maps*. Pada beberapa platform tersebut Spasi Coffee & Space menggunakan *photo*, *video*, dan *text* sebagai media promosi mereka. Sedangkan dari format *video* sendiri Spasi Coffee & Space hanya pernah mengunggah 2 *video* di platform *Instagram* yang berdurasi kurang dari 30 detik pada awal beroperasinya kafe untuk keperluan promosi, namun pada saat awal beroperasinya kafe tersebut bertepatan dengan masa pandemi sehingga sedikit pengunjung yang datang dan kurang mengetahui keberadaan kafe tersebut.

Oleh karena itu, dari latar belakang masalah diatas peneliti ingin meningkatkan kualitas promosi dan memberitahukan informasi mengenai kafe Spasi Coffee & Space untuk mendatangkan calon pelanggan yang lebih banyak setelah PPKM di masa pandemi, yaitu dengan cara "Pembuatan Video Company

Profile Menggunakan Teknik Cinematic B-Roll pada Spasi Coffee & Space”, yang akan dirancang dengan teknik *cinematic b-roll* dan penambahan teknik *motion graphic*, melalui pengemasan audio visual akan mampu menyampaikan informasi dengan lebih baik kepada masyarakat luas. Kemudian dengan adanya video company profile ini diharapkan Spasi Coffee & Space dapat meningkatkan kualitas promosi kepada masyarakat untuk mengetahui keberadaan serta *detail* kafe tersebut.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yakni, “Bagaimana membuat *Video Company Profile* Spasi Coffee & Space menggunakan teknik *cinematic b-roll* sebagai Media Promosi?”.

### 1.3 Batasan Masalah

1. Video profil ini menggunakan penggabungan teknik *cinematic b-roll* dan penambahan teknik *motion graphic* pada logo kafe, lokasi kafe dan informasi terkait kafe.
2. Metode analisis yang digunakan adalah SWOT untuk kebutuhan promosi
3. Target durasi *video company profile* yang ditetapkan 2 menit.
4. Target penayangan pada media video online yaitu YouTube, dan dapat diunggah ke *Instagram* Spasi Coffee & Space.
5. Objek penelitian video profil tidak menggunakan narasi atau *voice over* terkait wawancara dengan pemilik kafe.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

#### 1.4.1 Maksud dari Penelitian

1. Membantu Spasi Coffee & Space meningkatkan kualitas promosi dan informasi.
2. Membantu Masyarakat yang ingin mengetahui tentang Spasi Coffee & Space.

#### 1.4.2 Tujuan dari Penelitian

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi Strata 1 Sistem Informasi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Untuk menghasilkan sebuah video company profile Spasi Coffee & Space dengan menggunakan teknik sinematik b-roll.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi Peneliti.

Dapat menerapkan ilmu yang telah didapat selama berkuliah di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang Teknologi Informasi dan *multimedia* dengan menggunakan aplikasi *multimedia* seperti Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effects.

2. Bagi Masyarakat.

Diharapkan masyarakat luas dan para calon konsumen dapat mengenal dan mendapatkan informasi tentang Spasi Coffee & Space dengan lebih baik.

3. Bagi Spasi Coffee & Space.

Dapat membantu Spasi Coffee & Space dalam mempromosikan dan mempresentasikan fasilitas, pelayanan, dan suasana tempat kepada calon konsumen ataupun kepada masyarakat luas.

## **1.6 Metode Penelitian**

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan masalah yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan adalah:

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan wawancara, berikut penjelasan lengkapnya:

#### **1. Metode Observasi**

Metode ini merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

#### **2. Metode Wawancara**

Metode ini merupakan pengadakan tanya jawab langsung yang berdasarkan pada tujuan penelitian dengan objek yang diteliti untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai analisa dan penelitian.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Metode Analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisi SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats).

### 1.6.3 Metode Perancangan

Metode Perancangan yaitu dimana tahap Pra-produksi untuk menentukan ide cerita, pembuatan sinopsis, skenario, dan *storyboard*.

### 1.6.4 Metode Pengembangan

1. Pra Produksi

Proses ini meliputi ide cerita, *storyboard*, dan naskah background dalam video.

2. Produksi

Penelitian mulai melakukan shooting di lokasi yang di tentukan hingga terkumpul semua scene yang dibutuhkan sesuai *storyboard* yang telah di buat.

3. Pasca Produksi

Tahap dimana penelitian melakukan editing video, mulai dari penyusunan video, pembuatan visual efek, penambahan narasi background, hingga mencapai tahap rendering video.

### 1.6.5 Metode Implementasi

Tahap Implementasi digunakan setelah video jadi secara keseluruhan Video Company Profile ini nantinya akan di gunakan atau di implementasikan melalui media sosial seperti YouTube.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari lima bab dan masing-masing bab diuraikan sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

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

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan dasar-dasar teori yang digunakan dalam pembuatan video company profile pada penelitian kali ini. Didalamnya terdapat pengertian video, pengertian multimedia, dan pengertian media informasi.

## **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini berisi proses analisis dari data yang telah diperoleh, serta menganalisis berbagai kebutuhan dalam pembuatan video company profile. Melakukan berbagai persiapan guna memulai pembuatan konsep, pembuatan video, merancang tampilan visual, penggunaan efek, teknik kamera, dan blocking.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang segala proses penerapan teknik-teknik yang digunakan untuk membuat video profil dengan menggunakan beberapa software yang telah ditentukan.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari proses pembuatan video profil Spasi Coffee & Space dan saran untuk perbaikan kedepannya.