

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital sekarang ini, perusahaan – perusahaan saling bersaing dalam meningkatkan penjualan produk – produk mereka. Salah satunya memanfaatkan multimedia dalam peyampaian informasi perusahaan. Kelebihan multimedia adalah menarik indera manusia, karena merupakan gabungan dari banyak media seperti gambar, suara, text, animasi dan video, sehingga dengan multimedia perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai perusahaan dengan baik.

Dalam dunia bisnis, kuliner kini mempunyai persaingan yang pesat. Usaha bisnis cafe sangat berkembang pesat di zaman ini karena mempunyai masa depan yang cukup baik. Dalam dunia bisnis kuliner setiap perusahaan dapat dengan mudah menyampaikan informasi, memperkenalkan identitas perusahaan dengan adanya sebuah *company profile*. Dalam merencanakan pembuatan video *company profile* perlu diperhatikan penyusunan konsep, ide cerita, visual cerita dan teknik tersendiri dalam penyajiannya, salah satunya dengan menerapkan teknik *motion tracking*. Penerapan teknik *motion tracking* pada pengambilan gambar live shoot memerlukan ketepatan dan keakuratan saat melakukan pengambilan gambar, yaitu mengusahakan objek tracking agar tetap tertangkap dalam frame kamera. Teknik *motion tracking* ini diterapkan untuk dapat memberikan penjelasan tentang produk GUFO yang tehitung baru dalam kuliner sejenis cafe.

GUFO merupakan salah satu cafe yang ada di Yogyakarta dengan konsep Mini Italian Cafe dengan suasana yang hangat dan *hommy*. Menggunakan furniture berbahan dasar kayu dengan tata ruang dan desain eksklusif. Dilengkapi smoking dan smoking area serta *wifi*. Berdiri sejak 26 Agustus 2015, GUFO adalah burung hantu dalam bahasa Itali, untuk itu jam buka pada cafe ini lebih dimalamkan sekitar jam 2 – 3.am. Ciri khas yang ditonjolkan pada cafe ini sendiri adalah coffe dan beberapa makanan ringan.

Penulis melihat di GUFO ini pernah membuat iklan promosi melalui website, tetapi kurang menonjol dan tidak terlihat oleh publik, cafe ini masih terbilang baru. Oleh karena itu GUFO sangat memerlukan video *company profile* untuk mempromosikan cafe tersebut agar dapat dikenal di masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

Dari masalah yang telah dipaparkan maka penulis mempunyai ide untuk menjadikan GUFO Yogyakarta sebagai obyek penelitian. Teknik penggabungan *motion tracking* dan *live shoot* adalah inti dari skripsi penulis, yaitu “Perancangan dan Pembuatan Company Profile GUFO Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yakni, : “*bagaimana Perancangan dan Pembuatan Company Profile Gufo Yogyakarta?*”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan, yaitu :

1. *Company profile* dalam bentuk video.
2. *Company profile* ini berbasis multimedia, hanya menerapkan penggabungan *live shoot* dan teknik *motion tracking*.
3. Objek penerapan dan implementasi teknik *motion tracking* adalah Gufo Yogyakarta.
4. Informasi yang disampaikan mencakup profile dan produk Gufo Yogyakarta.
5. Untuk *software editing* menggunakan Adobe Premiere CS6, Adobe After Effect CS6, dan Adobe Illustrator CS6.
6. Berdurasi ±2 menit.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Membuat *company profile* Gufo Yogyakarta sebagai media promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan.
2. Mengembangkan dan menambah pengalaman tentang perancangan teknik *motion tracking* menjadi sebuah *company profile*.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain :

1. *Company profile* ini menyampaikan informasi perusahaan, yang secara tidak langsung menjadi iklan bagi perusahaan.
2. Memperkenalkan profil dan produk Gufo Yogyakarta kepada masyarakat luas.
3. menambah pelanggan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan atau observasi terhadap objek yang diteliti yaitu Gufo Yogyakarta untuk mendapatkan informasi lain yang tidak didapat dari metode wawancara.

2. Metode Wawancara

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

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data, mengambil gambar objek terkait.

4. Metode Kepustakaan

Mengumpulkan data dengan membaca buku yang berkaitan dengan tema judul skripsi yang penulis ambil. pengumpulan data dengan metode kepustakaan akan menambah referensi materi yang akan penulis tuangkan dalam penulisan skripsi ini.

1.6.2 Metode Analisis

Pada penelitian ini, metode analisis yang penulis gunakan adalah analisis kebutuhan, yaitu analisis yang di dalamnya akan menganalisis kebutuhan informasi, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

1.6.3 Perancangan

Metode perancangan pada penelitian ini menggunakan metode pra produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan, seperti membuat naskah iklan, menentukan konsep gambar 2d yang akan digunakan sebagai ikon, serta membuat *storyboard company profile*.

1.6.4 Produksi

Proses produksi merupakan tahapan pelaksanaan saat adegan shooting berlangsung, intinya merekam kejadian langsung, adegan animasi, take suara, untuk menghasilkan footage/clip.

1.6.5 Implementasi

Merupakan tahap dimana video *company profile* yang telah selesai dibuat akan diimplementasikan atau ditayangkan pada channel Youtube.

1.6.6 Evaluasi

Merupakan bentuk penelitian yang bertujuan untuk memeriksa proses perjalanan suatu program sekaligus menguraikan fakta-fakta yang bersifat kompleks dan terlibat di dalam program.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu 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 menjelaskan tentang iklan dan pembuatannya. Menampilkan teori tentang motion tracking dan tahap- tahap dalam pembuatan iklan serta software yang nantinya akan digunakan dalam perancangan dan implementasi teknik motion tracking menjadi sebuah iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang perancangan iklan dari proses pra produksi sampai post produksi. Pembuatan storyboard dan pembuatan ide cerita juga akan dipaparkan dalam bab ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana mengimplementasikan teknik *motion tracking* pada *company profile* GUFO Yogyakarta dan akan menjelaskan perancangan secara teknis serta memaparkan hasil dari penerapan tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini penulis akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.

