

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan media promosi sangat pesat untuk melakukan kegiatan bisnis. Sebagaimana dikutip oleh Sistaningrum (2002:98) "Promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang"[1]. Seiring pesatnya persaingan bisnis, pelaku bisnis juga dituntut untuk mengikuti perkembangan atau keinginan pasar.

Dongeng Kopi Jogja merupakan sebuah kedai kopi yang terletak di Jalan Grogolan, Puntuk II, Umbulmartani, Kecamatan Ngeplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam menggalakkan usahanya, kedai dongeng kopi jogja juga kerap melakukan berbagai promosi menggunakan media sosial, seperti instagram, facebook, dan twitter.

Permasalahan lain yang sering terjadi adalah belum adanya penyelarasan teknologi inovasi multimedia untuk pendukung pengembangan informasi media promosi secara efisien dan menarik. Seiring perkembangan inovasi teknologi, video interaktif dapat menambah pengalaman visual menarik serta menambah nilai kepuasan terhadap pengguna atau calon konsumen yang ingin membeli.

Video interaktif adalah metode penceritaan berbasis audio visual yang akan mengajak penonton sebagai pengguna, pemilik, dan partisipan aktif terhadap media yang dikemas secara sinematik[2]. Materi yang dibuat dalam video interaktif nantinya akan memudahkan calon konsumen lebih paham tentang pengenalan produk yang disampaikan. Proses pembuatan video interaktif ini meliputi pemilihan konsep dan tema video, mencari bahan materi untuk video, menggunakan aplikasi yang tepat untuk mengedit video, serta evaluasi setelah video selesai di edit. Penggunaan video interaktif ini diharapkan mampu guna

menyampaikan informasi tentang produk maupun pengenalan kedai dongeng kopi jogja secara menarik, jelas dan fleksibel karena calon konsumen dapat memutar kembali video ketika calon konsumen kedai dongeng kopi jogja belum paham tentang informasi yang disampaikan dalam video tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan untuk membuat sebuah media promosi Dongeng Kopi Jogja berupa video interaktif, dan mengenalkan kepada calon *customer* atau masyarakat tentang kedai Dongeng Kopi Jogja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah "Bagaimana membuat sebuah video interaktif media promosi untuk mengenalkan Dongeng Kopi Jogja"

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian video interaktif ini adalah dongeng kopi jogja.
2. Data yang diperoleh berdasarkan informasi dari pihak dongeng kopi jogja.
3. Jenis pengambilan video menggunakan pengambilan gambar *eye level angle*. (menempatkan kamera sejajar dengan mata pengguna video nanti).
4. Aplikasi yang digunakan yaitu dengan menggunakan aplikasi utama yakni aplikasi camtasia
5. Hasil video promosi dengan durasi 4.54 menit (tetapi durasi video bisa dipercepat dengan struktur navigasi yang ada)
6. Video promosi membahas tentang pelayanan disertai beberapa produk objek.
7. Menggunakan format video H.264 dengan resolusi 1920x1080 dan berekstensi MP4.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuat sebuah media promosi Dongeng Kopi Jogja berupa video interaktif, dan mengenalkan kepada calon *customer* atau masyarakat tentang kedai Dongeng Kopi Jogja

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Objek

Memberikan informasi dan visualisasi tentang produk serta pelayanan objek kepada pelanggan dan memberikan media promosi berupa video interaktif untuk mengenalkan objek kepada pelanggan.

1.5.2 Bagi Peneliti

1. Salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata 1 di Universitas AMIKOM Yogyakarta
2. Sebagai penerapan pengembangan ilmu yang didapat di perkuliahan selama masa studi di Universitas AMIKOM Yogyakarta

1.6 Metode Penelitian *Research & Development*

Jenis metode yang dilakukan pada penelitian ini termasuk jenis penelitian pengembangan. Menurut Sugiyono (2011:407) mengatakan bahwa metode penelitian dan pengembangan atau dalam bahasa Inggrisnya *Research and Development* adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut [3]. Menurut Seels dan Richey (1994) mengatakan bahwa penelitian pengembangan adalah suatu analisis sistematis terhadap perancangan, pengembangan dan evaluasi, proses dan produk pembelajaran yang harus memenuhi kriteria efektivitas, validitas, dan kepraktisan [4]. Sedangkan menurut Menurut Gay (1990) merupakan suatu usaha atau

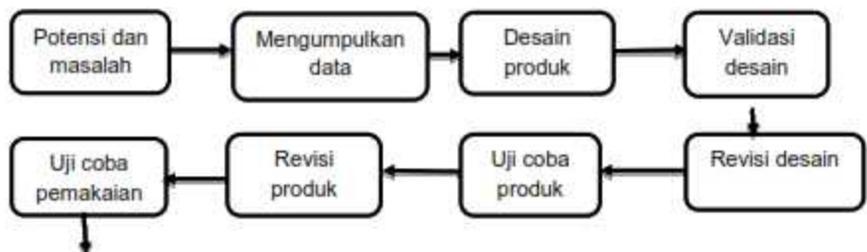
kegiatan untuk mengembangkan suatu produk yang efektif untuk digunakan sekolah, dan bukan untuk menguji teori [5].

Dari penjabaran tentang pengertian penelitian pengembangan diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian pengembangan bertujuan menghasilkan produk serta memenuhi uji efektivitas dari produk tersebut. Langkah-langkah penelitian pengembangan menurut Sugiyono (2009) [6] sebagai berikut :



Gambar 1.6.1 Langkah-langkah penggunaan R&D menurut Sugiyono

Dari 10 langkah penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono, hanya 9 yang akan diadaptasikan dalam penelitian ini. Meliputi :



Revisi produk

Gambar 1.6.2 Langkah-langkah penggunaan R&D pada penelitian yang akan digunakan

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman penelitian skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab. Yaitu bab I, bab II, bab III, bab IV, dan bab V. Penjelasan singkat mengenai sub-sub bab tersebut sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan teori, berisi tinjauan pustaka, dan dasar-dasar teori yang digunakan.

Bab III Analisis dan Perancangan, didalamnya terdapat tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis masalah, analisis biaya, analisis kebutuhan, dan tahapan praproduksi.

Bab IV Implementasi dan Pembahasan, bab ini merupakan tahapan yang penulis lakukan dalam pembuatan video berupa tahap produksi dan tahap pascaproduksi.

Bab V Penutup, berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian.