

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jogja Exotarium merupakan tempat wisata yang memiliki daya Tarik yang cukup besar di kalangan anak-anak. Hampir di setiap daerah banyak terdapat tempat wisata yang menghadirkan berbagai keunikan. Salah satunya di Kabupaten Sleman terdapat salah satu tempat wisata yang menarik yaitu Jogja Exotarium. Jogja Exotarium merupakan tempat wisata yang menawarkan berbagai macam hewan dan tumbuhan. Daya tarik wisatawan merupakan perhatian utama setiap perusahaan agar usahanya berkembang. Salah satu cara untuk meningkatkan daya tarik wisatawan adalah dengan menggunakan promosi, salah satunya bisa menggunakan iklan. Visualisasi makna ide cerita dapat ditampilkan dalam sebuah video. Ide cerita dalam visualisasi sebuah video sangat menentukan hasil akhir pembuatan iklan. Dalam merencanakan pembuatan iklan perlu diperhatikan penyusunan konsep, ide cerita dan visual cerita.

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis dalam objek penelitian ini, penulis menemukan bahwa penurunan pengunjung saat pandemi pada saat ini turun hingga 70% sehingga Jogja Exotarium terus berusaha meningkatkan dengan mempromosikan wahana baru seperti adventure trip yang dilakukan Jogja Exotarium dan kurang memanfaatkan media sosialnya seperti Facebook, Instagram dan website. Sebatas memberikan informasi yang sedikit dan hanya melakukan repost dari pengunjung yang mengakibatkan informasi yang diperoleh dalam media sosial kurang menarik sehingga masyarakat belum banyak yang mengetahui tentang Jogja Exotarium.

Dengan masalah tersebut penulis bermaksud membuat video iklan yang mengenalkan tempat ini di khususnya Instagram. Video iklan yang berbasis motion grafik. Penulis menggunakan Teknik Motion grafik untuk menjabarkan informasi dan fasilitas yang terdapat pada tempat wisata tersebut. Berdasarkan tujuan yang sudah dijelaskan, adanya iklan ini diharapkan dapat memperkenalkan Jogja Exotarium lebih luas dan meningkatkan daya tarik konsumen. Dengan menggunakan teknik tersebut, penulis berupaya membuat video iklan ini dapat diingat oleh pengunjung. Video iklan ini juga diharapkan dapat memberi variasi dalam pembuatan iklan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat Video Iklan pada Jogja Exotarium dengan Motion Grafik dan livenesshoot ?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Iklan ini berdurasi 60 detik.
2. Iklan Ini menggunakan Teknik live shot dan motion grafik.
3. Perangkat lunak yang di gunakan adalah windows 10, Adobe after Effects CC 2019, Adobe Premiere CC 2019, Adobe illustrator CC 2019.
4. Video menggunakan Format .mp4 dengan ukuran 1920 x 1080.
5. Iklan ini akan di terapkan pada Instagram Jogja Exotarium

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah :

1. Menerapkan yang telah di pelajari pada masa perkuliahan dalam merancang video iklan.
2. Sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana computer UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Membantu kegiatan promosi pada Jogja Exotarium.
2. Diharapkan mampu menyampaikan informasi bagi calon pengunjung tentang apa saja yang ada pada Jogja Exotarium.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa Manfaat yang di peroleh dari penelitian ini adalah :

1. Menambah pengalaman dalam bidang pembuatan iklan.
2. Sebagai portofolio untuk bekal setelah lulus kuliah

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap iklan yang menerapkan motion grafik

2. Metode Wawancara

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

3. Metode Dokumentasi

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

1.6.2 Metode Analisis

Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif dan analisis kebutuhan

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan adalah metode yang dilakukan sebelum kegiatan produksi (pra-produksi) yang di dalamnya terdapat beberapa persiapan, yaitu, Merancang Konsep, Storyboard dan perencanaan.

1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dapat dilakukan dengan Langkah-langkah produksi, seperti, shooting. Selanjutnya untuk tahap post-produksi yang dilakukan adalah editing,composting serta rendering jika hasil sudah sesuai yang diharapkan.

1.6.5 Implementasi

Merupakan tahap dimana iklan yang telah dibuat akan ditayangkan pada Instagram jogja exotarium