

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bus Trans Jogja merupakan salah satu Sebagian dari penerapan program Bus Rapid Transit oleh Dinas Perhubungan , Komunikasi , dan Informasi(Dishubkominfo) Daerah Istimewa Yogyakarta. Trans Jogja merupakan system angkutan cepat yang dioperasikan pada awal bulan Maret 2008 oleh Dinas Perhubungan Daerah Istimewa Yogyakarta dan menjadi alternatif baru bagi masyarakat kota Yogyakarta yang didesain khusus untuk memberikan layanan angkutan cepat dalam kota sehingga memberikan keuntungan bagi masyarakat. Bus Trans Jogja ini didesain untuk memberikan kenyamanan bagi para penggunanya seperti, kapasitas kurang lebih 40 penumpang ; kenyamanan (pendingin udara,system penerangan); ramah lingkungan (kebisingan,emisi);disediakan ruang untuk penumpang difable (penyandang cacat)dan tersedian fasilitas informasi perjalanan.

Sejak beroperasi tahun 2008 penumpang Bus Trans Jogja mengalami kenaikan per tahunnya dengan puncak tertinggi di tahun 2014. Tetapi pada April 2020, Trans Jogja memiliki jumlah penumpang harian sebesar 1.402, turun dari jumlah normal sebesar 20.000-22.000 karena adanya pandemi Covid 19 beroperasinya Trans Jogja tahun 2008, jumlah penumpang naik per tahunnya dengan puncak tertinggi di tahun 2014. Pada April 2020, Trans Jogja memiliki jumlah penumpang harian sebesar 1.402, turun dari jumlah normal sebesar 20.000-22.000 karena adanya pandemi Covid 19.

Kurangnya media informasi untuk mempromosikan Bus Trans Jogja agar masyarakat memilih Bus Trans Jogja kembali sebagai alat transportasi untuk berpergian,Oleh karena itu dibutuhkan media promosi yang tepat

dalam bentuk video untuk menarik masyarakat agar lebih memilih transportasi umum Bus Trans Jogja.

Berdasarkan penjelasan di atas agar promosi dan strategi yang kreatif melalui media komunikasi visual, sehingga dilakukan penelitian dengan judul **Pembuatan Vidio Iklan layanan masyarakat mengenai Transportasi Umum Trans Jogja sebagai media Promosi Menggunakan Teknik Live shoot dan Motion Graphic.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah seperti di 1.1, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu, Bagaimana merancang video promosi sebagai informasi tentang Bus Trans Jogja dan dapat menarik perhatian masyarakat untuk naik Bus Trans Jogja ?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Tempat Penelitian di Bus Trans Jogja dan Halte Bus Trans Jogja.
2. Teknik yang digunkana dalam pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shoot* , dan *motion graphic*.
2. Pembuatan Iklan dalam penelitian ini meliputi pra-produksi, produksi
3. Hasil penelitian akan berbentuk video berdurasi 1menit 30 detik yang akan di posting di media social menggunakan Instagram ads.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan dari pembuatan vidio iklan layanan masyarakat mengenaik Bus Trans Jogja yaitu Membuat Video iklan sebagai sarana promosi Bus Trans Jogja menggunakan teknik *live shoot* , dan *motion graphic*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari “Pembuatan Vidio Iklan Layanan Masyarakat Mengenai Bus Trans Jogja sebagai media Promosi Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic” yaitu :

1. Membantu mempromosikan Bus Trans Jogja ke masyarakat
2. Meningkatkan mutu Bus Trans Jogja

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data seperti yang terlihat pada gambar merupakan Langkah yang paling strategis dalam penelitian.

1. Observasi

Observasi sebagai pengumpulan data yang dilakukan penelitian untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan langsung dan penelitian sebagai partisipan dalam Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung di lapangan. Observasi ini bertujuan untuk melihat bagaimana karakteristik perusahaan maupun karakteristik dari konsumen.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumber (Kriyantono,2006:100). Dalam wawancara ini dilakukan secara terus menerus untuk menggali informasi yang detail. Dari wawancara tersebut diketahui permasalahan,kendala dana sebagai informasi pendukung penelitian lainnya..

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah merode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan seluruh bukti yang berkaitan dengan metode promosi. Dokumentasi penting dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mendukung penelitian dan memperdalam data penelitian.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam Metode ini penulis melakukan kebenaran data. Penulis juga membandingkan kekurangan dan kelebihan cara promosi lama dengan cara promosi yang baru. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis SWOT yang meliputi strength(kekuatan), weakness(kelemahan), opportunity(peluang), dan threat(ancaman).

1.6.3 Metode Perancangan

Penelitian menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan animasi yaitu tahapan pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video promosi meliputi menentukan ide cerita, mengumpulkan data hingga pembuatan storyboard.

1.6.4 Metode Pengembangan

penelitian menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi meliputi shooting action, sound recording, dan pembuatan motion graphic. Selanjutnya untuk tahapan pasca produksi meliputi review hasil editing, pemberian sound effect hingga tahap finishing berupa rendering dan publishing jika hasil sudah sesuai dengan yang diharapkan.

1.6.5 Metode Testing

Penelitian ini melakukan tahap pengujian terhadap video promosi tersebut dengan melakukan penayangan hasil video. Pada tahapan ini penulis menggunakan test screening.

1.6.6 Implementasi

Tahap dimana video promosi yang telah selesai dibuat akan diimplementasikan atau ditayangkan pada media social media, dan iklan layanan masyarakat di Stasiun Televisi.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini merupakan laporan dari hasil penelitian direncanakan terdiri dari lima bab, masing-masing bab berisi:

BAB I PENDAHULUAN,

Bab ini berisi Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulis

BAB II TINJAUAN PUSTAKA,

Bab ini berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori yang digunakan dalam pembuatan video animasi menggunakan live action dan motion graphic.

BAB III METODE PENELITIAN,

Bab ini didalamnya terdapat tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis masalah, solusi yang ditawarkan, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN,

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video promosi Iklan Layanan Masyarakat mengenai Bus Trans Jogja dengan menggunakan Teknik live action dan motion graphic serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP,

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian, dan daftar Pustaka.