

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam pembuatan video iklan, pemilihan teknik yang tepat sangat penting dalam menentukan kesan dan pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Teknik cinematography merupakan salah satu teknik yang dapat mempengaruhi perasaan dan pandangan masyarakat terhadap sebuah produk atau layanan. Dengan teknik ini, pengambilan gambar yang tepat dapat memperlihatkan keindahan dan keseruan Sumber Tirta Mini Waterpark, sehingga dapat meningkatkan minat dan keinginan masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata ini.

Selain itu, penggunaan teknik animasi dapat memberikan nilai tambah pada video iklan. Animasi dapat menampilkan fitur-fitur dan keunikan dari Sumber Tirta Mini Waterpark dengan cara yang kreatif dan inovatif. Menurut Ellis dan Allsopp (2019), animasi dapat menarik perhatian masyarakat dengan cara yang berbeda, karena dapat menampilkan gambar yang tidak mungkin ditampilkan dalam bentuk gambar nyata. Hal ini dapat memberikan kesan yang berbeda dan membuat video iklan lebih menarik. [1]

Meskipun demikian, pembuatan video iklan dengan teknik cinematography dan animasi bukanlah suatu hal yang mudah. Diperlukan tim yang terlatih dan memiliki pengalaman dalam bidang ini, serta peralatan dan software yang memadai. Oleh karena itu, penelitian ini akan melibatkan tim yang terlatih dalam bidang cinematography dan animasi, serta memanfaatkan peralatan dan software yang memadai untuk memastikan kualitas dan hasil yang optimal.

Dalam kesimpulannya, pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik cinematography dan animasi dapat menjadi pilihan yang tepat dalam mempromosikan Sumber Tirta Mini Waterpark. Teknik ini dapat memperlihatkan keindahan dan keseruan tempat wisata ini dengan cara yang menarik dan informatif, serta memberikan kesan yang berbeda dan membuat video iklan lebih menarik.

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam pengembangan industri pariwisata di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka dapat di rumuskan permasalahan yang dialami sebagai berikut :

“Bagaimana membuat vidio promosi yang menarik menggunakan teknik *cinematography* dan animasi pada Sumber Tirto Mini Waterpark”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka batasan masalah yang dialami sebagai berikut :

1. Membuat vidio iklan dengan durasi 240 detik.
2. Menggunakan teknik *cinematography* dan animasi dalam pembuatan vidio.
3. Penelitian Hanya sebatas pembuatan vidio promosi.
4. Pembuatan vidio meliputi beberapa software yaitu *Adobe After Effect, Adobe Illustrator, and Adobe Premier.*
5. Objek penelitian vidio iklan ini adalah Sumber Tirto Mini Waterpark.
6. Vidio iklan akan di publikasi pada media sosial Sumber Tirto Mini Waterpark.

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitan ini adalah sebagai berikut :

1. Memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Membuat video promosi untuk mengvisualisasikan suasana yang terdapat pada Sumber Tirto Mini Waterpark

1.5 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat penelitian bagi :

1. Penulis

Menambah wawasan serta keterampilan dalam membuat video promosi dengan memanfaatkan teknik *cinematography* dan animasi.

2. Sumber Tirta Mini Waterpark

Video iklan hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai media promosi guna menarik minat masyarakat untuk mengunjungi Sumber Tirta Mini Waterpark.

3. Universitas Amikom Yogyakarta

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah referensi sebagai bahan penelitian di masa yang akan datang.

1.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan langkah atau metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data atau informasi. Berikut adalah metode yang digunakan dalam karya ilmiah ini :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode wawancara

Metode wawancara digunakan untuk memperoleh informasi ataupun data yang dapat membantu dalam penelitian ini , pada metode ini penulis mewawancarai pemilik dari Sumber Tirta Mini Waterpark.

2. Metode Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian yang bersangkutan yaitu Sumber Tirta Mini Waterpark.

3. Metode Studi Literatur

Metode studi literatur dilakukan dengan cara memperoleh informasi melalui jurnal , buku-buku , internet , artikel , dan laporan penelitian bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang terkait.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats). SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis (Rangkuti 2008, 19)[2].

1.6.3 Metode Pengembangan

Metode yang digunakan penulis meliputi tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi.

A. Tahapan Produksi

1. Pra produksi

Tahap pra produksi adalah persiapan sebelum proses pengambilan gambar atau produksi iklan dimulai. Tahapan ini mencakup perencanaan, penulisan skrip, pemilihan lokasi, casting pemeran, dan perencanaan teknis lainnya seperti pengaturan pencahayaan dan rekaman suara.

2. Produksi

Tahap produksi melibatkan proses pengambilan gambar atau rekaman iklan sesuai dengan rencana dan skrip yang telah disusun. Ini mencakup penggunaan kamera, pencahayaan, rekaman suara, serta pengaturan adegan dan pengaturan visual lainnya untuk mencapai tujuan iklan.

3. Pasca produksi

Tahap pasca produksi melibatkan proses pengolahan dan pengeditan materi yang telah direkam dalam produksi iklan. Tahapan ini mencakup pengeditan gambar dan suara, penambahan efek visual atau grafis, penyesuaian warna, pembuatan musik atau suara latar, dan penyusunan materi iklan dalam format yang siap disiarkan atau dipublikasikan.

Tahapan-tahapan ini membantu dalam menciptakan iklan yang efektif dan sesuai dengan tujuan.

1.7 Sistematik Penulisan

Laporan penelitian ini disusun secara sistematis agar lebih terstruktur, berikut adalah sistematika penulisan laporan penelitian ini :

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini menguraikan dasar teori serta literatur – literatur yang digunakan sebagai rujukan dalam membuat video iklan.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini menguraikan tahapan penelitian berupa deskripsi singkat dari objek penelitian dan tahapan pra produksi.

BAB IV : Hasil Dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tahapan produksi serta pasca produksi dalam pembuatan video iklan Sumber Tirto Mini Waterpark.

BAB V : Penutup

Pada bab ini berisikan kesimpulan serta saran yang sekaligus sebagai akhir dari hasil penelitian.