

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berkembangnya teknologi informasi yang pesat pada masa sekarang ini membuat penyebaran informasi juga semakin cepat, yang dulunya hanya berbasis media cetak sekarang berganti dengan media digital seperti web, media sosial dan televisi. Televisi adalah salah satu media digital yang perkembangannya sangat cepat, sekarang sudah banyak sekali bermunculan stasiun-stasiun televisi di Indonesia bukan hanya skala nasional tetapi juga di daerah-daerah. Berdasarkan data Direktorat Penyiaran jumlah LPS jasa penyiaran televisi selama pada tahun 2011 LPS jasa penyiaran televisi tercatat berjumlah 127 LPS TV, jumlah tersebut meningkat menjadi 557 LPS TV di tahun 2017. Dengan banyak sekali bermunculan stasiun televisi di daerah-daerah tentunya akan bermanfaat bagi perusahaan atau individu untuk menyampaikan informasi ke publik. [1]

New Star Transwisata adalah sebuah perusahaan yang menyediakan layanan jasa pariwisata yang berada di kabupaten ponorogo. Perusahaan ini melayani paket-paket wisata ke berbagai destinasi wisata mulai dari pulau Jawa, Bali dan Lombok. Banyak sekali fasilitas-fasilitas yang di tawarkan oleh New Star Transwisata. Lokasi perusahaan ini berada jauh dari perkotaan

sehingga dalam proses promosinya New Star Transwisata mengandalkan media seperti facebook, instagram, brosur dan menggunakan cara tradisional yaitu dari mulut ke mulut.



Gambar 1. 1 Brosur New Star Transwisata.

Namun dengan cara tersebut ternyata masih banyak masyarakat yang belum mengetahui informasi tentang New Star Transwisata. Tidak di pungkiri lagi penggunaan media sosial untuk melakukan promosi sebuah produk atau jasa sudah hal yang biasa bagi sebuah perusahaan, namun tidak semua calon pelanggan mereka juga menggunakan sosial media. Selain itu jika hanya berupa sebuah brosur, pamflet dalam bentuk gambar tentunya belum bisa mengilustrasikan tentang jasa atau produk yang ditawarkan. Oleh karena itu New Star Transwisata ingin menambah sebuah media baru yang akan di gunakan untuk promosi yaitu dengan video iklan.

Dengan video iklan perusahaan dapat melakukan promosi produk dan jasa kepada calon pelanggan. Video iklan merupakan salah satu produk yang dihasilkan

dari multimedia dan memiliki unsur-unsur seperti animasi, audio, gambar, teks dan video. Bentuk video atau teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan diantaranya adalah *motion graphic* dan *live shoot*. [2]

Penggunaan *motion graphic* didalam video iklan, yaitu untuk menampilkan sebuah data dan informasi yang tidak bisa divisualisasikan menggunakan *live shoot*, seperti memvisualisasikan informasi kontak, alamat dan cara pemesanan paket wisata dari New Star Transwisata atau data riset atau analisis berupa angka dan grafik. Sedangkan penggunaan *live shoot* di butuhkan untuk menampilkan sesuatu yang nyata dalam video iklan.

Maka dari itu berdasarkan uraian latar belakang di atas akan dilakukan sebuah penelitian yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi pada New Star Transwisata Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini, yaitu “Bagaimana Membuat Video Iklan Sebagai Media Promosi pada New Star Transwisata Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* ?.”

1.3 Batasan Masalah

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

1. Video iklan ini di buat menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Video iklan ini akan berisi informasi tentang paket wisata, fasilitas yang ditawarkan oleh New Star Transwisata, serta informasi kontak dan alamat untuk pemesanan paket wisata.
3. Iklan yang disajikan berdurasi 60 detik.
4. Menggunakan resolusi 1920 x 1080 dengan format MP4.
5. Implementasi penayangan melalui media stasiun televisi RBTv.
6. Pembuatan iklan ini melewati beberapa tahapan pembuatan, meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi.
7. Software yang digunakan adalah Adobe premiere pro dan Adobe after effect untuk pengolahan video, untuk editing suara menggunakan Adobe audition dan Adobe illustrator untuk desain grafis.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Membuat video iklan sebagai sarana media informasi yang dapat dimanfaatkan New Star Transwisata sebagai media promosi.
2. Mengimplementasikan teknik pembuatan video dengan *motion graphic* dan *live shoot*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi penulis.

Penelitian ini menjadi portofolio bagi penulis dan menerapkan ilmu yang telah dipelajari di perkuliahan selamam melakukan kegiatan pembelajaran di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

2. Bagi Mahasiswa

Bisa menjadi tambahan wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa yang akan menjadikan penelitian ini sebagai refrensi penelitian di kemudian hari.

3. Bagi New Star Transwisata.

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa membantu New Star Transwisata dalam melakukan promosi untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan perusahaan kepada calon pelanggan.

4. Bagi Calon Pelanggan.

Menjadi salah satu sumber informasi dimana masyarakat bisa mendapat informasi yang berkaitan dengan New Star Transwisata.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalapm penelitian ini agar mendapat hasil yang sesuai dengan tujuan maka dalam pembuatan video iklan ini memerlukan data yang benar

dan akurat. Maka yang akan digunakan dalam proses penyelesaian masalah yang terjadi diantaranya : [3]

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode wawancara

Metode ini digunakan dengan melakukan tanya jawab kepada pemilik New Star Transwisata guna mendapatkan informasi tentang New Star Transwisata untuk pembuatan iklan.

2. Metode Studi Pustaka

Mengumpulkan data dari buku-buku tentang iklan dan literature-literatur yang diperoleh dari internet maupun dari penelitian-penelitian sebelumnya yang semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

3. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung serta melakukan pencatatan poin-poin penting untuk kebutuhan pembuatan iklan dan melakukan pengamatan video dengan kasus yang sama guna menambah pengetahuan sebagai bahan pembuatan video iklan.

1.6.2 Metode Analisis

Pada penelitian ini digunakan analisis SWOT karena merupakan metode perencanaan strategis yang di gunakan untuk mengevaluasi dan

mengidentifikasi kekuatan,kelemahan,peluang, serta ancaman yang terdapat pada proses promosi New Star Transwisata.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode pembuatan iklan New Star Transwisata ini dengan menggabungkan teknik pengambilan video *live shoot* dan teknik *motion graphic*. Pada metode ini terdapat beberapa tahapan dalam pembuatan iklan New Star Transwisata. Tahapan tersebut meliputi :[4]

a. Pra Produksi

1. Ide cerita
2. Alur Video
3. *Storyboard*

b. Produksi

1. Pengambilan video
2. Pembuatan Narasi
3. Perancangan *Motion Graphic*

c. Pasca Produksi.

1. *Editing*
2. *Composite*
3. *Rendering*

1.6.4 Metode Testing

Testing yang dilakukan pada iklan New Star Transwisata adalah dengan menayangkan iklan tersebut kepada objek penelitian dan penayangan di stasiun televisi serta penilaian hasil penelitian dengan menggunakan metode kuisioner yang di tujukan kepada masyarakat secara langsung untuk menilai hasil penelitian.

1.7 Sistematika Penelitian

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan di jelaskan tentang analisis teori-teori yang dapat dpertanggung jawabkan, software yang digunakan, serta gambaran umum pembuatan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi profil objek penelitian, pembahasan ide cerita, naskah narasi, *storyboard*, dan analisis tentang pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang proses pembuatan video iklan New Star Transwisata berupa rencana tahap produksi dan tahap pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Pada bab yang terakhir ini berisi kesimpulan dan saran tentang topik penelitian yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar sumber-sumber yang digunakan untuk referensi dalam penyusunan skripsi.

LAMPIRAN

