

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Dengan perkembangan teknologi saat ini, media promosi menjadi salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran. Media promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk perusahaan. Salah satu media promosi yang saat ini di gemari dikalangan perusahaan yaitu video promosi. Melalui video promosi dapat memasarkan sebuah jasa dengan lebih mudah. Proses pengkomparasian animasi *dan live shoot* dalam video promosi suatu perusahaan mampu meningkatkan daya tarik tersendiri bagi penonton karena dapat memberi informasi yang di kemas secara menarik, ringkas dan kreatif. Dalam mengembangkan bisnis video merupakan konten paling efektif untuk menyampaikan pesan kepada konsumen. Misal, pengguna media sosial instagram, menunjukkan bahwa pengguna instagram memiliki ketertarikan yang mendalam saat menonton video.

Visit Nesia merupakan perusahaan yang bergerak di Bidang Jasa Biro Perjalanan Tour & Travel yang berpusat di Yogyakarta sejak awal tahun 2017. Sejak berdiri hingga saat ini, proses promosi Visit Nesia lebih pada memaksimalkan proses branding secara *online* berupa *website* dan media sosial yang ditujukan kepada perusahaan, instansi sekolah dan perseorangan yang membutuhkan jasa untuk mengkoordinir liburan atau paket perjalanan

wisata yang diinginkan. Serta mengedepankan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Bersinergitas dengan tempat wisata sehingga terjadi keharmonisan antara tour agen dengan tempat wisata. Mengikutsertakan nilai edukasi, budaya, dan teknologi dalam pelayanan dan promosi. Dalam pengembangan usaha Visit Nesia perusahaan ingin memperluas proses promosi kepada turis asing yang ingin melakukan perjalanan wisata di Yogyakarta dengan jasa tour and travel dengan menggunakan video promosi sebagai branding. Perusahaan memiliki fasilitas yang sangat memadai dari paket wisata backpacker sampai paket wisata study tour.

Menurut Lauren Hill dalam situs *Volusion*, terdapat 3 manfaat video produk dalam bisnis yaitu marketer dapat menampilkan seluk beluk tentang bisnis melalui video. Cerita yang di tampilkan lewat video akan jauh lebih menarik. Selain itu, menggugah materi video dalam situs bisnis dapat memberikan citra perusahaan yang profesional. Untuk mendemonstrasikan fungsi, kelebihan, fitur dan penggunaan sebuah produk, seorang marketer dapat menampilkan sebuah video produk. Pemasaran produksi melalui video iklan juga lebih efektif bagi setiap bisnis, terutama bisnis yang di tawarkan berupa jasa sebab kosumen yang tidak dapat menyentuh produk secara langsung mendapatkan gambaran yang lebih jelas dan lengkap sebelum menggunakan jasa tersebut. [1]

Pada permasalahan diatas peneliti akan membuat “ Pembuatan Video Visit Nesia sebagai Media Promosi pada Turis Asing menggunakan Metode Komparasi *Live Shoot* dengan Animasi 2D.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan pada penelitian ini, yaitu “ Bagaimana membuat video promosi pada visit nesia untuk memasarkan jasa tour untuk turis asing dan dapat memberi paket wisata yang sekaligus dapat mengenal budaya Yogyakarta.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada Pembuatan video promosi visit nesia pada turis asing menggunakan metode komparasi *live shoot* dan animasi 2D adalah sebagai berikut :

1. Lingkup penelitian di lakukan di sekitar tempat wisata yang sering di kunjungi turis asing.
2. Pembuatan video 80% menggunakan metode *live shoot*.
3. Desain pada animasi menggunakan teknik flat desain.
4. Animasi yang dibuat menggunakan animasi 2D.
5. Perangkat keras yang di gunakan untuk *shooting live shoot* yaitu canon 60D dan drone DJI Phantom 4.
6. Daerah yang di promosikan adalah budaya yogyakarta yang di minati turis asing ketika berlibur.

7. Video promosi akan tayang di Youtube Visit Nesia , instagram Visit Nesia.
8. Video menggunakan format standrat video Youtube 1080p HD ukuran yang digunakan adalah format hasil rendering mp4.
9. Perngkat lunak yang di gunakan adalah Adobe After Effect dan Adobe Premier

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan jurusan Teknik informatika Strata 1 di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Membuat media promosi berbasis multimedia untuk lebih meluaskan promosi Visit Nesia pada calon konsumen.
3. Memajukan budaya dan wisata Yogyakarta.
4. Meningkatkan rating Visit Nesia sebagai perusahaan travel liburan terbaik di Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan beberapa metode yang dapat dijadikan acuan dalam pembahasan:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara kepada pihak perusahaan Visit Nesia tentang promosi yang telah mereka lakukan. Visit Nesia melakukan promosi di *website* Visit Nesia dan media sosial berupa Intagram. Dengan begitu Visit Nesia membutuhkan sebuah video promosi untuk turis asing mengembangkan bisnis Visit Nesia.

2. Metode Observasi

Observasi yang peneliti lakukan dengan melakukan survei berupa wawancara kepada turis asing yang berada di sekitar Malioboro.

3. Metode Analisis

Analisis sistem adalah teknik pemecahan masalah yang menguraikan bagian-bagian komponen tersebut bekerja dan berinteraksi untuk mencapai tujuan. Dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT, analisis kebutuhan dan kelayakan.

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap empat

variabel yaitu *Strengths* (kekuatan) *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (kesempatan), *Threats* (ancaman).

Analisis kekuatan digunakan untuk mengidentifikasi strategi yang dijadikan modal dasar perusahaan Visit Nesia. Analisis kelemahan digunakan untuk mengidentifikasi kemungkinan kelemahan perusahaan sehingga dapat dijadikan motivasi untuk upaya perbaikannya. Analisis kesempatan digunakan untuk menentukan kesempatan atau peluang yang dapat dibidik oleh perusahaan dalam persaingan pasar ketika perkembangan otomatis semakin pesat. Analisis ancaman digunakan terhadap beragam ancaman yang mungkin akan selalu dihadapi oleh perusahaan.

1.5.2 Metode Perancangan

1. Pra produksi

Pra produksi adalah salah satu tahap dimana dilakukan sejumlah persiapan pembuatan video, diantaranya meliputi rancangan *storyboard* video promosi, menentukan jadwal pengambilan gambar, mencari lokasi, menyusun anggaran biaya, mengurus perizinan, menentukan staf dan kru produksi, mengurus penyewaan peralatan produksi video, dan juga persiapan produksi, pasca-produksi serta persiapan – persiapan lainnya.

1.5.3 Metode pengembangan

1. Produksi

Produksi adalah proses yang paling menentukan keberhasilan penciptaan sebuah karya video. Proses yang dalam kata lain biasa disebut dengan shooting (pengambilan gambar) mengatur cahaya, warna, merekam gambar dan pengabungan animasi dengan *live shoot, dubbing*, pembuatan aset. Dan juga mengatur *set, make up, wardrobe* dan lain sebagainya. Dan Soundman yang merekam suara.

2. Pasca produksi

Pasca produksi ialah dimana semua bahan mentah produksi dikumpulkan untuk diolah. Melakukan *compositing* (editing video, *sound, image editing, animasi / visual effect*) dan *Redering*.

1.5.4 Metode Testing

Setelah selesai proses pembuatan video, maka akan dilakukan tahap pengujian dengan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan kepada pihak Visit Nesia dan turis asing untuk mengetahui apakah konten dan video yang dibuat telah sesuai dengan yang diharapkan pihak objek penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam laporan pembuatan skripsi disusun dengan sistematika penulisan laporan penelitian. Yang di bagi tiap susunan bab dan

keterangan untuk penjelasan dalam tiap bab yang ditulis. Berikut adalah penyusunan bab dan keterangan singkatnya :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian dari pengantar pokok yang berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan metode penelitian

2. BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori yang ada di bab berikutnya berisi tentang teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian penulisan skripsi, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan iklan, elemen yang di butuhkan dan langkah langkah dalam pembuatan video promosi.

3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada BAB III ini adlah gambaran dari Visit Nesia serta penjelasan tentang pembuatan video promosi, manfaat video promosi dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan video promosi tersebut.

4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dalam penulisan skripsi berisikan tentang pembahasan video promosi yang dibuat, dijelaskan juga hasil tahapan yang diberikan.

5. BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksana dan hasil tes wawancara dari pihak Visit Nesia dan turis asing yang kami wawancarai disekitar malioboro terhadap video promosi untuk lebih mengetahui tentang iklan yang terbuat.

