

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini telah dimanfaatkan dalam berbagai macam media, salah satunya adalah penggunaan internet sebagai media pemasaran online. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survey tentang jumlah pengguna internet yang kian meningkat dari tahun ke tahun. Survey ini menunjukkan peningkatan pada tahun 2017 jumlah pengguna internet menyentuh angka 143,26 juta pengguna.[1] Beberapa perusahaan besar di Indonesia mulai melirik *Youtube* sebagai lahan untuk beriklan di media digital.

Video sendiri dinilai efektif dalam penyampaiannya, karena semua elemen multimedia di gabungan sehingga dapat menambah minat atas penyampaian informasi atau pun promosinya secara jelas. Axonn Research menemukan bahwa tujuh dari sepuluh responden melihat citra para *brand* menjadi lebih positif setelah menyaksikan video menarik buatan mereka. Sementara sebuah laporan dari Forrester mengatakan bahwa video berdurasi satu menit memiliki dampak yang sama dengan artikel berisi 1,8 juta kata. [2]

Objek Wisata Water Byur yang dulu dikenal dengan “Sumber”, sebelumnya hanyalah sumber mata air yang digunakan warga untuk mengairi sawah, sumber air rumah tangga, dan sumber air untuk kolam ikan. Kemudian masyarakat mulai bekerja sama dan bekerja cerdas untuk memberikan nilai

tambah desa dengan membuat Wahana Wisata Air di Area Sumber Ponjong. Kemudian tercetuslah Water Byur yang pertama kali diperkenalkan pada Tahun 2012. Water Byur sendiri terletak di Kompleks Sumber Ponjong, Ponjong, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengelola Objek Wisata Water Byur, mengatakan jumlah pengunjung Water Byur saat hari sabtu dan minggu bisa mencapai ($\pm$) 300 pengunjung, sedangkan pada hari biasa ($\pm$) 30 pengunjung saja. Pengelola Water Byur menargetkan 3500 pengunjung saat hari biasa dan 6000 pengunjung saat sabtu-minggu dan hari libur besar. Pendapatan perbulan Water Byur bisa meraup pendapatan 35 juta. Pengiklanan yang dilakukan pengelola menggunakan media cetak dan media social untuk iklan. Namun dirasakan masih kurang begitu efektif sehingga perlu dibuatkan suatu cara pengiklanan dengan menggunakan media video. Disamping itu dengan adanya iklan ini dapat menjadi daya saing Water Byur dengan wahana rekreasi air yang lain sekaligus menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang akan berkunjung ke Gunungkidul.

Berdasarkan majalah *Motion by Design*, *Motion graphic* merupakan salah satu media atau salah satu sub dari ilmu desain grafis yang banyak digunakan dalam periklanan (TVC), film berupa *title sequence*, opening atau promo program TV, ataupun stasiun id TV dan ada juga digunakan untuk video clip music, atau profil perusahaan. Cakupan multidisiplin ini memiliki banyak hal yang dibutuhkan oleh orang-orang atau perusahaan yang bekerja di lapangan. *Motion graphic* pada umumnya merupakan gabungan dari potongan-potongan desain/animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film

dengan desain grafis. Ini dapat dicapai dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti 2d/3d, *animasi*, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik.[4]

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Johan Kristanto & Taufik Rahmadani tentang pembuatan film dengan menggabungkan teknik *motion graphic* dan *live shoot*. Bahwa dengan menggabungkan kedua teknik tersebut dapat membuat sebuah produk multimedia menjadi lebih unik dan menarik.[5]

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penyusunan skripsi yang berjudul “ Perancangan Iklan Pada Wisata Water Byur Gunungkidul Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yakni, *bagaimana membuat Iklan pada Wisata Water Byur Gunungkidul menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic?*”.

1.3 Batasan Masalah

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

- 1 Materi video iklan ini berisi tentang informasi yang mendukung Objek wisata water byur.
- 2 Durasi 1:05 menit.
- 3 Penayangan pada YouTube.

- 4 Materi yang diuji dari penelitian ini adalah faktor informasi dan kelayakan video.
- 5 Penggunaan teknik *LiveShoot* dan *Motion Graphic*

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1 Sebagai syarat kelulusan jenjang Strata 1 jurusan Sistem Informasi UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
- 2 Membantu Wisata Water Byur meningkatkan kualitas iklan.
- 3 Membuat video iklan yang menjelaskan wahana apa saja yang ada di water byur dan fasilitas apa yang didapatkan
- 4 Mengimplementasikan Teknik *liveshoot* dan *motion graphic* pada video iklan water byur.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1.5.1 Bagi Penulis

Menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan Multimedia dengan menggunakan aplikasi Multimedia seperti *Adobe Premiere*, *Adobe After Effect*, *Adobe Photoshop*

1.5.2 Bagi Masyarakat

1. Diharapkan memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta dalam membuat video iklan.

2. Diharapkan masyarakat yang tertarik wisata water byur mendapatkan informasi dan rekomendasi tempat wisata di Gunungkidul.

1.5.3 Bagi Pengelola Water Byur

Sebagai alternatif baru dalam pengiklanan wisata water byur gunungkidul kepada wisatawan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisa kualitatif (memahami, mengeksporasi) peneliti mewawancarai narasumber dengan mengajukan pertanyaan teknik *5W+1H* : *What* (apa), *Who* (siapa), *When* (kapan), *Where* (dimana), *Why* (kenapa), dan *How* (bagaimana) untuk mendapatkan informasi juga terjun langsung ke studi objek Water Byur. Metode pengumpulan data, observasi lapangan sebagai data utama dan *study literatur* dengan mencari informasi dari berbagai sumber, jurnal, buku, dokumentasi, internet dan pustaka.

Peneliti menerapkan metode penelitian kualitatif, dan menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pihak Direktur Water Byur, Nurudin Jauhari serta pengelola untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian sebagai narasumber. Wawancara dilakukan pada bulan Agustus – Oktober

2. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan atau observasi terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi lain yang tidak didapat dari metode wawancara.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet dari sumber terpercaya dan valid untuk mendapatkan pedoman atau bahan tambahan.

1.6.2 Metode Analisis

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*. [7]

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan untuk membuat Perancangan Iklan Pada Wisata Water Byur Gunungkidul Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan

Motion Graphic ini adalah metode perancangan Pra Produksi, Produksi , dan Pasca Produksi

1.6.4 Metode Evaluasi

Pada tahap evaluasi menggunakan metode pengujian dan pembahasan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* yang dapat diterapkan pada vidio iklan Water Byur sehingga visualisasi informasi dapat dengan mudah dimengerti audien.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut [8] :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar video iklan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*, serta *software-software* yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang wisata water byur, analisis video iklan yang dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan wisata water byur dengan teknik *live shoot* dan *motion graphics* serta pembahasannya

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.

