

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sibajag green canyon merupakan objek wisata yang terletak di Jalan Sibajag, Sikatok, Muntung, Candiroto, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. Wisata ini dibangun pada bulan februari 2019. Sibajag memiliki konsep pemandangan yang menawan berupa perbukitan dan view gunung sindoro, wisata ini juga memiliki spot yang menjadi ciri khas tersendiri, yakni sebuah jalan yang terbuat dari bamboo. Untuk tarif masuk sangat terjangkau, wisatawan dikenakan biaya hanya Rp10.000,- Per orang.

Menurut pengelola sibajag green canyon saat ini masih mengalami kesulitan untuk mengenalkan wisatanya dikarenakan kurangnya informasi tentang Sibajag Green Canyon kepada masyarakat, Pengelola ingin memberikan sesuatu yang baru supaya bisa menarik perhatian masyarakat luas agar lebih dikenal. sebelumnya pengelola hanya memposting ulang konten berupa foto dan video yang dibuat oleh para wisatawan. Pengelola wisata ini ingin membuat inovasi baru dengan membuat video promosi berbentuk video promosi motion graphic dan mempromosikan melalui Instagram secara resmi. Video promosi yang dibuat dengan unik tentunya akan membantu pengelola memberikan informasi wisata tersebut kepada masyarakat, namun pihak pengelola belum mampu merealisasikannya dikarenakan kurangnya sumber daya manusia dan kurangnya pengetahuan tentang motion graphics. Untuk itu penulis ingin membuat video promosi dengan teknik live shot dan motion graphics.

Dari masalah tersebut, maka penulis ingin membuat penelitian dengan judul "Pembuatan Video Promosi di Desa Wisata Sibajag Wonosobo dengan Teknik Live Shot dan Motion Grafis". Dengan adanya promosi berbentuk video yang akan diupload di Instagram secara resmi ini, diharapkan dapat menambah para wisatawan yang berkunjung dan semakin dikenal oleh wisatawan lain.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu "Bagaimana membuat video promosi pada Objek Wisata Sibajag green canyon?"

1.3. Batasan Masalah

Supaya skripsi ini dapat mencapai tujuan, maka diberikan batasan-batasan masalah dalam perencanaan dan pembuatan video, yaitu:

- a. Video dibuat penulis untuk mempromosikan Sibajag green canyon
- b. Video berdurasi kurang lebih 60 detik
- c. Video dirancang menggunakan software *Adobe Premiere Pro CC 2018* dan *Adobe After Effects 2018*
- d. Video promosi diunggah pada media sosial Instagram

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penyusunan skripsi ini adalah merencanakan dan membuat video promosi pada Sibajag green canyon dengan teknik live shoot dan motion grafis sebagai media untuk mengenalkan Sibajag Green Canyon ke masyarakat lebih luas.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai salah satu media promosi di sibajag green canyon
2. Sebagai informasi kepada para wisatawan.
3. Agar dapat digunakan sebagai konten di instagram

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi tentang obyek permasalahan dari penelitian yaitu:

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke sibajag green canyon oleh penulis untuk memperoleh data yang spesifik.

1.6.1.2. Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh dari jawaban atas pertanyaan yang ditujukan secara langsung kepada pengelola sibajag green canyon.

1.6.1.3. Studi Literatur

Yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku yang berhubungan dengan pembuatan video promosi menggunakan teknik live shoot dan motion grafis.

1.6.2. Metode Analisis

Dalam Metode analisis diperlukan untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan dalam merancang dan membuat video promosi, seperti menganalisa kebutuhan Fungsional dan non fungsional, perangkat keras, perangkat lunak dan

pelaku yang terlibat dalam pembuatan video promosi.

1.6.3. Metode Perancangan

1.6.3.1. Merancang Konsep Iklan

Merancang konsep merupakan bentuk awal setelah pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan informasi dan menentukan alur pada iklan yang akan dibuat.

1.6.3.2. Merancang Isi Iklan

Merancang isi iklan merupakan implementasi dari perancangan konsep iklan. Iklan harus menarik dan memiliki informasi dari seputar yang ingin diiklankan.

1.6.3.3. Merancang Storyboard

Storyboard merupakan hal yang penting dalam pembuatan iklan. Storyboard yaitu serangkaian gambar yang mengurutkan alur cerita.

1.6.3.4. Memproduksi Iklan

Tahap ini merupakan penerapan dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam pembuatan iklan ada 3 proses yang harus dilakukan, yaitu :

1. Pra produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

1.6.4. Metode Pengujian

Dalam Metode pengujian adalah tahap paling penting pada sebuah penelitian. penulis menyertakan skala likert sebagai tolak ukur pengujian.

1.6.4.1. Metode Skala likert

Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, perilaku, pendapat, dan persepsi seseorang maupun sekelompok orang tentang fenomenal social.

1.6.4.2. Metode Skala Semantic Differentials

Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun "checklist", tetapi tersusun dalam satu garis kontinu

di mana jawaban “sangat positif” terletak di bagian kanan garis dan jawaban yang “sangat negative” terletak di bagian kiri garis.

1.6.4.3. Metode Skala Guttman

Metode ini digunakan untuk mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan. Sistematika Penulisan

1.7. Sistematika Penulisan

Supaya mudah dipahami tentang penulisan paper penelitian ini, maka penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, konsep dasar, teori tahapan pembuatan serta teknik yang digunakan dalam pembuatan video yang dikerjakan.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan, ide cerita, Naskah dan storyboard pada video yang dikerjakan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil dan proses pembuatan video yang dikerjakan.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini akan dijelaskan tentang kesimpulan dan saran dari hasil video yang telah dikerjakan