

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wisata Bojong Asri merupakan salah satu objek wisata bernuansa alam dan kreasi limbah sampah yang berada di Jalan Pantai Depok RT.01 Parangtritis, Kretek, Bantul, Yogyakarta. Wisata Bojong Asri mulai dibangun pada tahun 2022 dengan lokasi dengan menonjolkan objek sungai dan jembatan yang baru dibangun oleh pemerintah. Suasana yang diciptakan dari objek wisata ini cukup nyaman, tidak hanya memamerkan objek sungai dan jembatan Wisata Bojong Asri sendiri menjual berbagai olahan makanan seperti *seafood*, soto, berbagai macam gorengan dan olahan minuman. Wisata Bojong Asri juga menyediakan Taman bermain untuk anak-anak, kolam renang, *camping ground*, dan persewaan perahu cano yang ditujukan untuk menarik minat wisatawan. Melihat data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul dalam kurun waktu 5 tahun terakhir perkembangan jumlah wisatawan dan pendapatan pada sektor pariwisata mengalami penurunan, jumlah wisatawan dan pendapatan tertinggi yaitu pada tahun 2019 [1].

Menurut penanggung jawab dari Wisata Bojong Asri pihaknya mempromosikan wisata tersebut melalui media sosial Instagram dan TikTok yang mengandalkan posting dalam bentuk foto dan video yang terkesan kurang menarik wisatawan yang hendak mencari referensi objek wisata di Kawasan Parangtritis. Pihak penanggung jawab Wisata Bojong Asri berinovasi ingin memiliki sebuah video iklan dengan Motion Graphic. Akan tetapi dengan keterbatasan sumber daya manusia dan peralatan untuk membuat video iklan tersebut, video iklanpun belum dapat terealisasi.

Melihat dari masalah tersebut, hal atau solusi yang harus dilakukan adalah dengan membuat inovasi-inovasi baru dalam membuat video iklan agar penyampaian informasinya dapat diterima secara jelas, ringkas dan mudah diingat oleh calon pengunjung atau wisatawan. Dengan menggunakan teknik live shoot,

teknik pengambilan gambar bergerak secara live/langsung, teknik tersebut merupakan elemen penting dalam sebuah video dan diharapkan dengan penggunaan teknik live shoot tersebut video iklan akan terasa lebih nyata dalam pengambarannya. Untuk penggunaan teknik Motion Graphic sendiri diharapkan menjadi pelengkap atau penjelas dari video live shoot sehingga video menjadi lebih hidup dan menjadi lebih menarik. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis melakukan penelitian dengan judul ***"Pembuatan Video Iklan Media Sosial Pada Wisata Bojong Asri dengan Teknik Live shoot dan Motion Graphic"***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah *"Bagaimana membuat video iklan menggunakan teknik Live shoot dan Motion Graphic sebagai media iklan Wisata Bojong Asri?"*

1.3 Batasan Masalah

Adapun beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Video iklan pada Wisata Bojong Asri dibuat dengan durasi maksimal 1 menit.
- b. Video iklan pada Wisata Bojong Asri akan di tayangkan di *Instagram* dan *TikTok*.
- c. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini adalah *Live shoot* dan *Motion Graphic*.
- d. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah informasi dan kelayakan video.
- e. Penguji dari hasil penelitian ini adalah Penanggung jawab Wisata Bojong Asri, Karyawan, dan Wisatawan yang berkunjung.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah merencanakan dan membuat video iklan sebagai media promosi dan meningkatkan informasi pada Wisata Bojong Asri dengan menggunakan teknik *Live shoot* dan *Motion Graphic*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berfokus pada hasil yang bisa dimanfaatkan oleh Wisata Bojong Asri adalah sebagai berikut:

- a. Membantu pengelola wisata mempromosikan Wisata Bojong Asri dengan menggunakan video iklan yang dibuat oleh peneliti.
- b. Membantu masyarakat memperoleh informasi mengenai fasilitas hingga layanan yang ditawarkan oleh pengelola Wisata Bojong Asri.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikan ringkasan mengenai isi masing-masing bab.

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 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka, 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 METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tinjauan umum mengenai objek yaitu profil Wisata Bojong Asri, analisis video iklan yang dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video, di bab ini juga memuat analisis masalah serta solusi yang ditawarkan oleh peneliti.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan Wisata Bojong Asri dengan teknik live shoot dan Motion Graphic serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

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

