

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Animasi merupakan gambar bergerak, yang saat ini sudah banyak memanfaatkan komputerisasi dalam proses penciptaannya. Seiring perkembangan zaman, meningkat pula cara untuk menciptakan sebuah animasi, baik secara konvensional maupun secara digital, dan jenis animasi yang ada juga semakin bertambah. Animasi memiliki beragam jenis, walaupun demikian, semua jenis dari animasi tersebut dapat digunakan sebagai media promosi. Dalam animasi sangat memungkinkan seorang animator untuk berekspresi menampilkan karya unik dengan menuangkan kreativitas dan ciri khas pencipta didalamnya, hal tersebutlah yang dapat membuat sebuah animasi menjadi lebih unik dibandingkan dengan media konvensional lainnya. Dengan adanya gerakan dalam sebuah media akan membuat sebuah promosi produk maupun jasa akan menjadi lebih menarik bila dibandingkan dengan media konvensional yang hanya menampilkan gambar diam. Perkembangan dunia internet saat ini membuat semua hal menjadi lebih mudah, baik dari segi, pencarian informasi, berinteraksi sosial tanpa batasan jarak, dan tentunya mempermudah dalam melakukan kegiatan promosi baik produk maupun dalam bentuk penawaran jasa. Banyak situs maupun aplikasi yang ditawarkan dengan adanya internet. Apapun media yang digunakan, dengan melakukan kegiatan promosi, berarti ada tujuan timbal balik berupa materi, hal inilah yang menuntut sebuah promosi harus memiliki keunikan, agar dapat menarik perhatian calon konsumen. Kegiatan promosi wajib memiliki komunikasi yang baik didalamnya, supaya informasi yang ingin disampaikan dapat tercapai dengan baik kepada masyarakat luas. Komunikasi memiliki beragam jenis, jadi dengan menerapkannya kedalam kegiatan promosi, harus disesuaikan terdahulu siapa target utama yang akan dituju, sehingga komunikasi yang digunakan dalam kegiatan promosi dapat digunakan secara maksimal.

Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai Peranan media promosi dalam menyajikan informasi lengkap sangat dibutuhkan di era teknologi industri sekarang. Dalam bidang usaha, instansi, organisasi, atau individu, semuanya membutuhkan adanya media promosi guna memberikan info terbaru terkait suatu produk jasa atau barang yang akan ditawarkan. Mengikuti perkembangan teknologi saat ini social media menjadi wadah kebutuhan masyarakat dan instansi dalam menyajikan informasi. Maka iklan yang dikemas dengan animasi memudahkan masyarakat dalam menerima penjelasan yang terkait. Animasi tidak hanya sebagai sebuah cuplikan video hiburan, melainkan sebuah media pembelajaran dan penyampaian informasi. Iklan yang menggunakan animasi menjadikan salah satu alternative dalam memberikan informasi yang cepat dan akurat sehingga dapat menarik perhatian masyarakat.

Berbicara mengenai tempat wisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya daerah Kaliurang tidak terlepas peran aktif masyarakat ataupun instansi untuk melestarikan dan juga mempromosikannya sehingga menjadi asset pendapatan. Promosi tempat wisata berperan sebagai pendukung transaksi dengan menginformasikan, membujuk, mengingatkan, dan membedakan tempat wisata yang dipromosikan dengan tempat wisata lainnya [1]. Promosi wisata adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan calon wisatawan atau lembaga usaha pariwisata kepada tindakan yang mampu menciptakan pertukaran (jual beli) dalam memperkenalkan tempat wisata. [2]

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti memanfaatkan animasi sebagai media promosi dari tempat wisata, maka atas dasar diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pemanfaatan Anmasi Sebagai Media Promosi Wisata Jeep Kallurang Yogyakarta”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan animasi sebagai media promosi wisata jeep Kaliurang Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan pemanfaatan animasi sebagai media promo wisata jeep Kaliurang Yogyakarta.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek dalam penelitian ini adalah Wisata Jeep Kaliurang Yogyakarta
2. Responden adalah pemilik wisata jeep yaitu pengelola Hasil akhir dari penelitian ini adalah berupa animasi promosi untuk wisata jeep Kaliurang Yogyakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi perusahaan, manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Membuat animasi sebagai media promosi wisata jeep yang menarik dan menyenangkan
2. Memaksimalkan interaksi pengguna terhadap animasi 2D
3. Sebagai rekomendasi animasi sebagai media promosi untuk mengembangkan pemasaran wisata jeep Kaliurang.