

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1.Latar Belakang Masalah

Desa Wisata Alam Kampung Flory Jogja adalah desa wisata bernuansa alam pedesaan. Desa wisata ini tepat berada disebelah kali bedog yang terkenal akan kejernihannya dan gemericik air sungai yang menambah kesan alami khas pedesaan. Lokasi Kampung Flory sangat strategis dikarenakan berlokasi di pusat pemerintahan Kabupaten Sleman tepatnya dusun Jugang Pangukan Tridadi Sleman yang dekat dengan jalan antar provinsi yaitu jalan Jogja-Magelang dan memiliki luas lahan sekitar 4 hektar. Kampung Flory didalamnya terdapat usaha tanaman hias, tanaman buah, kuliner khas pedesaan serta *outbond* yang dikelola oleh warga sekitar untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan warga.

Pada saat wawancara langsung dengan bapak Tono selaku penanggung jawab Kampung Flory dan wawancara langsung dengan tim marketing, Kampung Flory masih mengalami kesulitan untuk mengenalkan potensi yang dimiliki Kampung Flory. Pengelola ingin menunjukan fasilitas, jasa serta keunikan pada Kampung Flory agar masyarakat luas tertarik untuk berkunjung. Sebelumnya Kampung Flory telah menggunakan foto, video pasca liburan dan beberapa foto flyer untuk promosi di akun instagramnya namun kurang menarik minat pengunjung / wisatawan. Ditahun ini Kampung Flory ingin membuat inovasi baru dengan membuat iklan berbentuk video live shoot dan dipadukan dengan *motion graphic*. Video yang dibuat dengan kreatif dan unik tentunya akan membantu pengelola Kampung Flory untuk memberikan informasi pelayanan, fasilitas serta keunikan apa saja yang ditawarkan kepada masyarakat luas, akan tetapi dengan sumber daya manusia yang terbatas Kampung Flory belum bisa merealisasikannya.

Dari masalah diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pembuatan Video Iklan Instagram Pada Desa Wisata Kampung Flory Jogja".

Video iklan yang akan dibuat menerapkan Teknik *motion graphic* menyesuaikan kebutuhan dari Kampung Flory dan ketentuan-ketentuan iklan pada Instagram.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana membuat video iklan informasi dan fasilitas dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* untuk membantu mengenalkan Kampung Flory ke masyarakat yang lebih luas?”.

### **1.3. Batasan Masalah**

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

- a. Video hanya akan ditampilkan di akun Instagram Kampung Flory.
- b. Hasil video tidak lebih dari 60 detik.
- c. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

Video ini dibangun dengan menggunakan aplikasi Adobe Premiere, Adobe After Effect, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator sebagai pengolah gambar dan lain-lain, Google Chrome dan Mozilla Firefox sebagai web browser saat membuat video.

### **1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang *motion graphic* sebagai media untuk mengenalkan Kampung Flory ke masyarakat luas. Membantu masyarakat untuk mengetahui pelayanan, fasilitas serta keunikan apa saja yang di berikan oleh Kampung Flory.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain :

- a. Membantu pengelola dan tim marketing Desa Wisata Kampung Flory untuk menampilkan informasi pelayanan jasa dan fasilitasnya ke masyarakat.
- b. Membantu masyarakat untuk mengetahui pelayanan jasa dan fasilitas apa saja yang ditawarkan Desa Wisata Kampung Flory.

## 1.6. Metode Penelitian

Berikut ada beberapa metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan iklan diantaranya yaitu :

### 1.6.1. Metode Pengumpulan Data

#### 1.6.1.1. Metode Observasi

Metode observasi ini adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang dituju, yaitu Kampung Flory. Agar mendapatkan gambaran dan point-point penting yang akan disampaikan dalam iklan.

#### 1.6.1.2. Metode Wawancara

Metode ini adalah metode pengumpulan data dengan mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden. Wawancara merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap survey, oleh karena itu penulis melakukan wawancara dengan penanggung jawab dan tim marketing Kampung Flory.

#### 1.6.1.3. Metode Kepustakaan

Metode ini adalah metode yang dilakukan dengan cara mencari dan melihat referensi teori dari buku, jurnal atau internet yang bersangkutan dengan penelitian ini.

## 1.7. Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah dikumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan analisis yang didalamnya akan

menganalisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional, kebutuhan brainware, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

## **1.8. Metode Perancangan**

### **1.8.1. Merancang Konsep Iklan**

Merancang konsep iklan adalah langkah awal setelah teknik pengumpulan data. Didalam perancangan konsep ini menentukan secara keseluruhan pesan dan menentukan aliran pada iklan yang akan dibuat, dibutuhkan kreativitas dan imajinasi agar menghasilkan iklan yang menarik.

### **1.8.2. Merancang Isi Iklan**

Merancang isi iklan merupakan penerapan atau implementasi dari perancangan konsep iklan. Iklan harus menarik dan memiliki informasi seputar hal yang di iklankan.

### **1.8.3. Merancang Naskah Iklan**

Dalam merancang naskah iklan, menentukan dialog dan urutan-urutan elemen secara rinci. Ada beberapa pertimbangan dalam menulis iklan agar lebih efektif, seperti memperhatikan tampilan iklan agar terlihat menarik, memperhatikan kata – kata yang akan disampaikan agar dapat membidik sasaran yang ditentukan.

### **1.8.4. Merancang Storyboard**

Storyboard merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan iklan. Storyboard adalah serangkaian gambar yang menggambarkan urutan atau alur cerita.

### **1.8.5. Memproduksi Iklan**

Tahap ini adalah penerapan dari tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dalam pembuatan iklan ada 3 proses penting yang

harus diperhatikan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

### **1.9. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka penelitian menggunakan sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat penelitian, Metode Pengumpulan Data dan Sistematika Penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan pengertian multimedia, konsep dasar iklan, jenis media promosi dan teknik visual efek apa saja yang dipakai dalam perancangan video iklan Instagram pada Kampung Flory.

#### **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan yaitu analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan iklan video iklan.

#### **BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan proses dan perancangan video iklan.

#### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan bab-bab sebelumnya yang bersifat membangun dari pembahasan yang ada pada penyusunan skripsi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.