

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Visitnesia merupakan perusahaan yang bergerak di Bidang Jasa Biro Perjalanan Tour & Travel yang berpusat di Yogyakarta sejak awal tahun 2017. Visinya yaitu menjadi Perusahaan Tour Travel di Yogyakarta yang bertaraf Nasional[1]. Dalam hal ini penggunaan multimedia sebagai mediana adalah hal yang tepat. Multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan link dan tool yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi.[2]

Pada dunia bisnis Visitnesia perlu mempromosikan produknya dan mengenalkan informasi dalam cangkupan yang lebih luas di antaranya membuka peluang bagi para wisatawan asing yang akan menggunakan jasa Visitnesia. Sebab seperti yang telah diketahui banyak sekali wisatawan asing yang datang ke Indonesia untuk berwisata. Sehingga sebagai agent tour and travel Visitnesia perlu menyediakan informasi versi bahasa inggris untuk memudahkan wisatawan asing untuk memahami paket wisata yang ditawarkan. Namun karena Visitnesia masih dikatakan baru dalam dunia bisnis sehingga harus bisa bersaing dengan perusahaan lain, Visitnesia membutuhkan media promosi berbasis bahasa inggris

sebagai informasi sebab media promosi yang di gunakan sebelumnya hanya tersedia dalam bentuk bahasa indonesia sehingga kurang efektif.

Berdasarkan keterangan di atas, penulis terdorong untuk membuat sebuah penelitian dengan mengangkat judul "*Perancangan serta Pembuatan Iklan Visitnesia.Com Sebagai Media Promosi dan Informasi Dengan Menerapkan Teknik Motion Graphic Versi Bahasa Inggris*" untuk membantu perusahaan Visitnesia dalam menarik wisatawan asing.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setelah mengkaji latar belakang masalah diatas, rumusan masalah dari penelitian ini yaitu "Bagaimana cara membuat video *Motion Graphic* pada Visitnesia tour dan travel menggunakan bahasa Inggris?"

## **1.3 Batasan Masalah**

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Implementasi pembuatan video dengan menggunakan teknik motion graphic berdurasi 30-60 detik.
2. Penelitian dilakukan di Visitnesia.com *tour and travel*.
3. Informasi disampaikan berupa iklan dengan menggunakan *Motion Graphic*.

4. Hasil akhir dari video media promosi ini akan diuji kelayakannya kepada para pelaku ahli yang sudah ahli dibidangnya.
5. Pengujian yang akan ditampilkan berupa informasi hasil akhir pembuatan video media promosi dengan menggunakan teknik *motion graphic*.
6. Tahapan akhir penelitian sampai pada penyerahan video promosi ini kepada pihak *Visitnesia.com tour dan travel*.
7. Video ini akan ditayangkan disaluran *Official Youtube Visitnesia* dan di *Instagram Ads*.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperkenalkan *Visitnesia.com* sebagai agen *tour dan travel* melalui media promosi.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk:

1. Memperkenalkan *Visitnesia.com tour dan travel* kepada masyarakat luas melalui media promosi.
2. Merealisasikan pembuatan video *motion graphic* yang dapat membantu wisatawan asing yang akan menggunakan jasa *visitnesia*.
3. Meningkatkan daya saing *Visitnesia* di banding dengan agen *tour dan travel* lainnya.

4. Menambah wawasan mengenai penerapan teknik *Motion Graphic* untuk mendapatkan hasil yang maksimal.
5. Menjadi pembelajaran bagi peneliti agar kedepannya dapat menerapkan teknik serupa lebih baik dari sebelumnya.
6. Menambah ilmu pengetahuan baru dalam pembuatan video promosi pada bidang multimedia

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan iklan ini adalah sebagai berikut.

### **1.6.1. Metode Pengumpulan Data**

#### **1.6.1.1. Metode Wawancara**

Metode wawancara adalah salah satu cara mendapatkan data bahan maupun informasi dengan datang langsung kepada narasumber objek yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian. Metode wawancara ini digunakan penulis untuk memperoleh data dengan menanyakan langsung kepada pengelola VisitnesiaTour and Travel sehubungan dengan data yang dibutuhkan.

### 1.6.1.2. Metode Studi Pustaka

Metode Studi Pustaka yaitu salah satu cara mendapatkan data bahan maupun informasi atau referensi melalui berbagai sumber. Metode keperustakaan digunakan penulis untuk membantu pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari dari buku, skripsi sebelumnya maupun website sebagai referensi ataupun sebagai bahan pembandingan terhadap laporan karya ilmiah yang akan dilakukan oleh penulis.

### 1.6.2. Metode Perancangan

Dalam proses pembuatan motion graphics ada beberapa tahap yang harus penulis lakukan mulai dari Pra-Produksi hingga pasca produksi.

#### 1.6.2.1. Tahap Pra-produksi

Merupakan tahap dimana kita mengerjakan semua pekerjaan dan aktifitas sebelum iklan di produksi secara nyata. Tahap Pra-produksi meliputi :

- a) Menentukan alur naskah cerita yang akan dibuat
- b) Brain Storming untuk menyusun konsep art yang akan dibuat
- c) Concept menentukan bentuk karakter atau hal-hal yang perlu untuk digambar

- d) Pembuatan *storyboard*.
- e) Manajemen file untuk mempermudah koordinasi.

#### 1.6.2.2. Tahap Produksi

Merupakan tahap dimana iklan mulai di produksi.

Tahap ini meliputi:

- a) Pembuatan karakter dan background yang sudah dikonsep.
- b) Pewarnaan.
- c) Pengambilan Suara (*Dubbing*).

#### 1.6.2.3. Tahap Pasca-produksi

Merupakan tahap dimana semua aktifitas Pra-produksi dan Produksi sudah selesai dilakukan. Pada tahap ini meliputi :

- a) Penggabungan audio dan video.
- b) Pemberian effect.
- c) *Rendering*.
- d) *Testing*.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan uraian singkat setiap bab yaitu berisi gambaran tiap-tiap bab. Adapun sistematika dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, menjelaskan teori pembuatan iklan, menampilkan teori tentang *motion graphic*, serta menjelaskan tentang software yang akan digunakan.

## **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan, mulai dari analisis masalah, analisis kebutuhan sistem, analisis kelayakan dan perancangan alur cerita pada tahap pra-produksi pembuatan iklan.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana cara membuat iklan dengan menggunakan *motion graphic* mulai dari tahap pra-produksi sampai pasca-produksi serta memaparkan hasil iklan yang telah dibuat.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dapat digunakan sebagai bahan peninjauan selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang sumber yang di jadikan sebagai referensi atau acuan pada pembuatan tugas akhir ini.

