

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi komputer yang semakin berkembang setiap harinya memberikan peluang pengembangan iklan yang semakin bagus, semakin banyak teknologi multimedia yang bermuncula di dalam dunia perfilman maupun iklan. Media promosi di katakan bagus apabila promosi tersebut dirancang menarik sehingga tujuan iklan tercapain. Dalam hal periklanan metode penyampaian informasi yang baik sangat penting untuk menarik orang orang sehingga orang orang mau menyaksikannya, dan berdampak positif bagi perusahaan.

Dalam perkembangannya, metode yang baik dan sering di gunakan adalah menggunakan video. Karena video dapat melibatkan 2 panca indra yaitu indra penglihatan dan indra pendengaran, sehingga iklan dengan metode video itu sangat menarik dan efisien.

Kampung Flory merupakan wisata edukasi yang memberikan wawasan tentang tanaman-tanaman yang terdapat di Kampung Flory, mulai dari tanaman hias sampai tanaman buah-buahan, Kampung Flory juga cocok di gunakan sebagai rekreasi keluarga, terdapat area outbond juga dan terdapat resto yang bernama IWAK KALEN. Namun dari hasil wawancara dan pengamatan penulis Kampung Flory belum bisa mendapatkan pengunjung yang di bilang rame, dan juga kurangnya promosi atau iklan untuk mendapatkan pengunjung yang banyak.

supaya wisata Kampung Flory bisa menjadi salah satu tujuan objek wisata luar daerah.

Dengan masalah yang di alami oleh desa Wisata Kampung Flory maka di perlukan cara untuk memperkenalkan ojek wisata ini dengan cara melakukan iklan, atau mengadakan promo maupun diskon bagi para wisatawan. Usaha iklan yang dilakukan pihak pengelola Kampung Flory selama ini menggunakan media sosial dan baliho sebagai media iklan. Cara yang di lakukan tersebut kurang efektif karena hanya berupa teks dan gambar saja, orang-orang lebih suka visualisasi dengan warna, suara dan graphic karena mudah ditangkap dan dicerna informasinya dan lebih menarik.

Iklan pun beragam mulai dari iklan radio, iklan dengan menyebar brosur, iklan dengan menggunakan baliho, iklan menggunakan videotron, iklan televisi dan juga iklan yang banyak di gunakan saat ini dan murah yaitu dengan menggunakan sosial media. Tapi solusi iklan yang di gunakan yaitu iklan televisi di karenakan iklan televisi lebih efektif untuk membuat Kampung Flory di kenal orang luar, meskipun biayanya lebih mahal di banding yang lain. Iklan di tv yang menyaksikan berjuta orang setiap harinya, dan di siarkan secara bersama sama.

Penggabungan *motion graphic* dan *liveshoot* adalah tehnik pembuatan video yang akan terlihat menarik, karena ada unsur animasi dan *live shoot*. Animasi di gunakan sebagai title dan penjelasan objek dan *liveshoot* di gunakan untuk menampilkan suasana objek.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengambil objek di atas untuk penelitian yang berjudul **“Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi di Desa Wisata kampung Flory Yogyakarta dengan Liveshoot dan Motion Graphic.”** Dengan menerapkan *motion graphic* dan *liveshoot*, di harapkan minat penonton untuk datang ke Kampong Flory semakin bertambah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian adalah **“Bagaimana Merancang dan Membuat Iklan Televisi di Desa Wisata Kampung Flory Yogyakarta dengan *Liveshoot* dan *Motion Graphic*?”**.

1.3 Batasan Masalah

Dalam Pembuatan iklan ini, memiliki batasan-batasan dalam pengerjaan yaitu sebagai berikut :

- a. Iklan ini mengimplementasikan iklan Wisata kampung flory menggunakan tehnik *liveshoot* dan *motion graphic*
- b. Perancangan dan Pembuatan Iklan tv di Desa Wisata kampung Flory Yogyakarta dengan *Liveshoot* dan *Motion Graphic*, pengambilan gambar dengan menggunakan kamera DSLR dengan lensa wide, lensa fix, lensa tele. Pembuatan motion graphic dengan Adobe After Effect CS6 dan penggabungan menggunakan Adobe Premier CS6
- c. Video yang di buat di tujukan untuk iklan televisi dengan durasi iklan 30 detik
- d. Video iklan kampung flory ini akan di tayangkan di RBTv Yogyakarta.

1.4 Maksud dan Tujuan Peneltti

Tujuan yang ingin di capai penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi adalah:

1. Sebagai sarana iklan dan promosi yang dapat dimanfaatkan Kampung Flory Yogyakarta sebagai media promosi.
2. Mengimplementasikan tehnik pembuatan video dengan *motion graphic* dan *liveshoot*.
3. Menerapkan prinsip *videography* dn animasi *motion graphic* agar lebih mudah di pahami.

1.5 Manfaat Penelttian

1.5.1 Manfaat Bagi Peneltti

1. Mampu menerapkan ilmu yang di dapat selama mengikuti kuliah di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta, khususnya dalam bidang multimedia, dan dalam bidang periklanan.
2. Memahami teknik-teknik yang dipakai dalam pembuatan video iklan untuk hasil yang maksimal.
3. Menjadi inspirasi lain untuk pengembangan video iklan selanjutnya agar lebih baik dari peneliti sebelumnya.

1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Menjadi alternatif baru dalam penyampaian informasi kepada orang-orang melalui iklan video wisata Kampung Flory yang dibuat oleh penulis

2. Menambah minat wisata luar daerah maupun wisata luar kota untuk berkunjung ke Kampung Flory
3. Meningkatkan daya tarik dan daya saing wisata yang ada di Yogyakarta khususnya daerah Sleman Yogyakarta
4. Untuk memperkenalkan tempat tempat yang ada di kampung flory yaitu pembibitan tanam, tempat outbond dan restoran dan kuliner nya.

1.6 Metode Penelitian

Dalam mengumpulkan data dan informasi untuk menyelesaikan masalah yang ada, peneliti menggunakan beberapa metode:

1.6.1 Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Mengumpulkan data cara melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi, serta pengamatan ke video dengan kasus yang sama untuk menambah pengetahuan sebagai bahan pembuatan video iklan.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung dengan pengelola Kampung Flory, untuk mendapat informasi yang penulis butuhkan.

c. Study Kepustakaan

Dengan cara berpedoman pada buku-buku dan refrensi dari beberapa sumber seperti, internet dan perpustakaan, yang berhubungan dengan skripsi dengan permasalahan yang sama.

1.6.2 Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT dalam penelitian ini.

1.6.1 Metode Perancangan

Pada tahap ini akan di jelaskan secara rinci bagaimana video iklan ini akan di buat. Tahap ini menggunakan *storyboard* untuk menggambarkan deskripsi tiap scene dengan mencantumkan objek multimedia dan tautan ke scene lain.

1.6.3 Produksi

File-file berupa gambar atau video yang sudah di dapat kemudian di edit dan di susun sesuai *storyboard* sebelumnya, pada proses ini di butuhkan kemampuan dari ahli dan juga komputer dengan spesifikasi tinggi.

1.6.5 Testing

Uji coba hasil video akhir di lakukan pada tahap video testing secara minor dan dilakukan evaluasi. Dimaksudkan video yang telah dibuat sebelumnya memang sudah layak di tayangkan di televisi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi uraian singkat setiap bab, dimana uraian ini memberikan gambaran secara langsung tentang isi dari tiap-tiap bab yang ada dalam skripsi, adapun sistematika dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori dasar pembuatan iklan, video, teori multimedia dan software yang akan di gunakan untuk pembuatan video iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisikan analisis yang di gunakan, yaitu analisis masalah, analisis kebutuhan system analisis kelayakan dan perancangan video mulai dari pembuatan alur cerita serta tahap pra-produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan bagaimana pembuatan video mulai dari pra produksi, produksi hingga tahap pasca produksi serta penerapan video iklan yang di buat.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini di buat kesimpulan dan saran yang ada pada pembuatan skripsi ini.