

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan persaingan adalah dengan menggunakan video dalam menyampaikan informasi perusahaan kepada masyarakat luas. video memiliki peranan penting dalam persaingan perusahaan. Kelebihan video adalah menarik indera dan menarik minat, karena kekuatan utama video terletak pada teks, gambar, suara, serta ide yang kreatif. Dengan perkembangan teknologi saat ini, iklan menjadi salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran suatu produk, karena dapat meningkatkan kualitas dalam penyampaian informasi, sehingga banyak perusahaan yang mulai berlomba-lomba memperkenalkan dan memasarkan produk mereka melalui media periklanan digital salah satunya berupa video.

Dalam video iklan, teknik *motion graphic* menjadi elemen penting yang harus ada. Elemen-elemen grafis yang dapat berupa teks atau image yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut. Dalam penyampaian dan penayangan video iklan bisa dilakukan dengan berbagai cara dalam media seperti videotron, televisi, dan media sosial. Tapi media sosial merupakan cara yang efektif, karena media sosial merupakan gudang informasi, berita, ilmu pengetahuan serta telah banyak dikenal oleh kalangan masyarakat berbagai tingkatan dalam penggunaannya dan peranannya yang sangat penting sehingga produk atau jasa dapat lebih mudah dikenalkan kepada masyarakat luas.

VISITNESIA merupakan perusahaan yang bergerak di Bidang Jasa Biro Perjalanan Tour & Travel yang berpusat di Yogyakarta sejak awal 2017. Dengan awal terbentuknya perusahaan ini sangat dibutuhkan sebuah strategi pemasaran terutama dalam memperkenalkan perusahaan serta berbagai informasi layanan yang menjadi daya tarik kepada masyarakat luas. Dengan permasalahan tersebut, video iklan merupakan strategi yang cocok dan bisa diterapkan dalam perusahaan guna masyarakat akan lebih tahu tentang informasi yang ada dalam perusahaan VISITNESIA ini.

Melihat latar belakang diatas, mendorong penulis untuk membuat sebuah media promosi melalui multimedia yang berupa video iklan sehingga dapat membantu dalam memberikan gambaran dan kemudahan kepada konsumen tentang informasi dan layanan produk yang terdapat di perusahaan VISITNESIA TOUR & TRAVEL YOGYAKARTA.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka secara garis besar dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan adalah “Bagaimana pembuatan video iklan dengan teknik *Motion Graphic* yang dapat digunakan untuk memasarkan informasi dan layanan produk dari VISITNESIA TOUR & TRAVEL YOGYAKARTA.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Pembuatan dan perancangan video iklan ini sebagai sarana untuk

membantu memasarkan informasi dan layanan produk .

2. Video iklan ini merupakan animasi *infographic* yang berupa *motion graphic* dengan penambahan *live shoot*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Memperkenalkan VISITNESIA kepada masyarakat luas melalui video iklan.
2. Membuat dan merancang video iklan sebagai media promosi mengenai informasi layanan dan paket fasilitas yang ada di VISITNESIA TOUR & TRAVEL Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat video iklan untuk VISITNESIA TOUR & TRAVEL Yogyakarta menggunakan teknik *motion graphic*.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan dan kebenaran data yang akan disampaikan, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun beberapa tahapan dalam pengumpulan data sebagai berikut.

1. Metode Wawancara

Peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan owner VISITNEISA dan bagian-bagian terkait untuk mendapatkan data yang akurat.

2. Metode Studi Pustaka

Peneliti menggunakan metode studi pustaka yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku atau situs *website* terpercaya sebagai bahan referensi.

1.5.2 Metode Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti menggunakan model analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dalam penelitian ini.

1.5.3 Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan iklan yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan motion grafis meliputi Ide cerita, Tema, Rancangan *Storyboard*, Rancangan Anggaran.

1.5.4 Metode Pengembangan

Peneliti menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi yang meliputi *Take video greenscreen, capture, Dubbing*, dan Pembuatan aset. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi *review hasil editing, pemberian sound effect* hingga tahap finishing berupa *rendering* dan *distributing*.

1.5.5 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan metode skala *likert* yaitu dengan perhitungan kuesioner yang dibagikan kepada responden

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan dalam proses perancangan dan pembuatan video iklan untuk VISITNESIA menggunakan teknik *motion graphic* serta *software* yang digunakan.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO

Pada bab ini membahas tentang analisis kelayakan video iklan yang dibuat serta menjelaskan tentang storyboard dan analisis pra produksi.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang langkah produksi dan langkah paska produksi pada pembuatan video iklan untuk VISITNEISA dengan menggunakan teknik *motion graphic*.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan jawaban

yang menjadi pokok pembahasan dari rumusan masalah. Saran yang diberikan merupakan harapan untuk pengembangan serta penyempurnaan dari hasil penulis.

