

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan suatu bentuk informasi produk maupun jasa dari produsen kepada konsumen maupun penyampaian pesan dari sponsor melalui suatu media. [1]

Media promosi berupa audio visual/video memiliki keunggulan dalam kombinasi antara gambar dan suara yang bersifat dinamis, sehingga dapat menarik perhatian, lebih prestisius dibanding media lain, isi yang dimuat lebih banyak dan lengkap, serta berisi berbagai macam tipe informasi berupa teks, gambar/foto, suara/musik, dan animasi. [2]

Live shoot adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada suatu proses editing, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut. [3]

Time lapse adalah teknik sinematografi dimana frekuensi waktu pengambilan gambar jauh lebih lama dari hasil videonya. Objek – objek dan waktu yang diambil dalam waktu beberapa menit ataupun bulan dapat dilihat hanya dengan waktu beberapa menit ataupun detik. [4]

Teknik *motion graphic* merupakan teknik yang terdiri dari dua kata yaitu *motion* yang berarti gerak dan *graphic* yang berarti grafis. Jadi animasi *motion graphic* dibentuk dari model-model yang dibuat secara grafis yang kemudian digerakan. Tujuannya dimaksudkan untuk menipu mata manusia agar mempercayai bahwa memang terjadi gerakan. Misalkan sebuah benda yang mati, lalu digerakan melalui gerakan yang sedikit demi sedikit dan teratur sehingga memberi kesan hidup. [5]

Dari hasil wawancara (27 Februari 2021) dengan pengelola Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) di rumah publik Dusun Cancangan mengatakan dalam memperkenalkan Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) sampai saat ini tidak ada promosi khusus yang dilakukan seperti promosi dengan penggunaan media cetak maupun elektronik. Promosi khusus belum pernah dilakukan karena Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) Cancangan dalam segi promosi masih kurang diperhatikan. Dari permasalahan tersebut maka penulis mengusulkan adanya pembuatan video iklan sebagai media promosi dengan menggabungkan teknik *Live Shoot*, *Time lapse* dan *Motion Graphic*. Sebelumnya Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) hanya mengunggah foto dan video melalui Instagram dengan nama *burung_hantu_sahabat_petani* yang memiliki 255 kiriman, 1146 pengikut dan 1035 diikuti. [6]



Gambar 1. 1 Instagram Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba)

(https://www.instagram.com/burung_hantu_sahabat_petani/)

Unggahan akun instagram Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) tidak menampilkan lokasi, suasana dan fasilitas. Upaya dibuatnya video iklan sebagaimana agar mampu memperkenalkan dan menunjukkan informasi mengenai Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba). Video akan ditayangkan di instagram Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) dengan harapan agar masyarakat umum lebih mengetahui tentang Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) dan berkunjung ke Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba).

Berdasarkan hal tersebut maka penulis membantu Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) membuat video iklan dalam mendukung penyajian promosi dan informasi dengan menggunakan teknik *Live Shoot*, *Time Lapse* dan *Motion Graphic* sebagai media promosi dengan penelitian yang berjudul **“PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA**

PROMOSI PADA KAWASAN STUDI DAN KONSERVASI BURUNG HANTU (TYTO ALBA) CANGANGAN”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diidentifikasi rumusan masalah yaitu, “Bagaimana membuat video iklan pada Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) dengan menggunakan teknik *Live Shoot*, *Time Lapse* dan *Motion Graphic*?”.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian adalah Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) yang berada di Jl. Cancangan, Dusun Cancangan, Kel. Wukirsari, Kec. Cangkringan, Sleman, Yogyakarta.
2. Video iklan menampilkan informasi mengenai Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) berupa lokasi, fasilitas dan suasana.
3. Video Iklan ini dibuat dengan menerapkan teknik *Live Shoot*, *Time Lapse* dan *Motion Graphic*.
4. Software yang digunakan dalam proses pembuatan adalah Adobe Premiere Pro CC 2019, Adobe After Effects 2019, Adobe Audition 2019.
5. Format file video iklan menggunakan .mp4.
6. Resolusi video iklan ini 1920 x 1080 *pixel*.

7. Durasi video iklan adalah 50 detik.
8. Video iklan akan ditayangkan pada media sosial Instagram.
9. Tahap penelitian berakhir ketika video diserahkan ke Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba).

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan ini adalah membuat video iklan sebagai media promosi pada Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba).

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penulisan pembuatan video iklan Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) ini adalah:

1.5.1 Manfaat bagi Penulis :

1. Menambah pengetahuan teori dan praktikum tentang pembuatan video iklan.
2. Guna mendapatkan syarat kelulusan jenjang pendidikan Strata I pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

1.5.2 Manfaat bagi Objek :

1. Sebagai video iklan Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba).

1.5.3 Manfaat bagi Akademik :

1. Dapat menjadi salah satu bahan tolak ukur sampai dimana keberhasilan akademik melakukan visi dan misi dalam proses belajar mengajar selama perkuliahan.

2. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan ilmunya dan sebagai bahan evaluasi.

1.6 Metode Penelitian

Metode Penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan video iklan pada Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) adalah sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data terbagi atas 4 bagian dan digunakan dalam penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut : [7]

1. Metode Observasi

Penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung objek yang diteliti yaitu Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) untuk kebutuhan pengambilan gambar dan mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

2. Metode Wawancara

Mengadakan tanya jawab langsung dengan Lim Wen Sin selaku pengelola Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) untuk memperoleh data lengkap sebagai bahan analisis dan penelitian.

3. Metode Studi Pustaka

Metode Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang

dapat dijadikan referensi, ada pula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam metode studi pustaka.

4. Metode Dokumentasi

Melakukan pengambilan gambar fasilitas, suasana dan juga peta lokasi di Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba).

1.6.2 Metode Analisis

Data yang sudah terkumpul dan diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT yaitu *Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*. Disini penulis akan menganalisis tentang Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman di Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba). [8]

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*.

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan fungsional merupakan pernyataan layanan sistem yang harus disediakan, bagaimana sistem bereaksi pada input tertentu dan bagaimana perilaku sistem pada situasi tertentu. Sedangkan kebutuhan non fungsional adalah batasan layanan atau fungsi yang ditawarkan sistem seperti batasan waktu, batasan pengembangan proses, standarisasi dan lain sebagainya.

1.6.3 Metode Perancangan

Perancangan video iklan menggunakan standar produksi yang didalamnya terdapat beberapa tahap sebagai berikut : [9]

1. Tahap praproduksi adalah tahap dimana kita mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum iklan diproduksi secara nyata. Tahap dalam pembuatan video iklan ini yaitu:

1. Ide.
2. Storyboard.

2. Tahap produksi adalah periode selama iklan diproduksi secara komersial. Tahap ini meliputi kegiatan shooting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan, dan pemilihan kamera. Tahap dalam pembuatan video iklan ini yaitu:

1. Pembuatan bahan.
2. Narasi/suara.

3. Tahap pascaproduksi adalah periode di mana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan televisi diproduksi secara nyata untuk keperluan komersial. Kegiatan pascaproduksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran *audio* dan video. Tahap ini meliputi:

1. Editing.
2. Rendering.

1.6.4 Metode Testing dan Implementasi

Metode ini dilakukan dengan cara menayangkan video iklan Kawasan Studi dan Konservasi burung Hantu (Tyto Alba) di Instagram.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika skripsi pembuatan video iklan pada Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) ini dibagi menjadi lima bagian, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematis penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan dasar teori dan tinjauan pustaka yang digunakan sebagai acuan pembuatan sistem multimedia dan pengetahuan dasar teknologi yang mendukung pembuatan video iklan pada Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) sebagai media promosi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisikan gambaran dari Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) serta penjelasan tentang pembuatan iklan, manfaat iklan dan gambaran objek penelitian.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini akan menjelaskan tentang hasil dan pengujian video iklan pada Kawasan Studi dan Konservasi Burung Hantu (Tyto Alba) dengan teknik *Live Shoot*, *Time lapse* dan *Motion Graphic* serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan tentang kesimpulan apa yang didapat dari keseluruhan pelaksanaan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi-referensi yang telah dipakai sebagian acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis maupun teoritis.

