

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi Pemasaran menjadi sangat penting bagi perusahaan, lembaga pendidikan, atau instansi lain agar bisa bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Komunikasi Pemasaran yang tepat dapat mendorong minat konsumen untuk menggunakan barang atau jasa yang perusahaan tawarkan. Jika semakin banyak konsumen yang menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan maka kegiatan operasional dapat berjalan dengan baik dan tujuan perusahaan dapat tercapai.

PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam pengelolaan obyek wisata Candi Prambanan dengan pangsa pasar *internasional*. Tercatat jumlah pengunjung wisatawan asing Candi prambanan sejak tahun 2011 hingga 2015 ternilai negatif. Terutama pada tahun 2015 jumlah pengunjung wisatawan asing tercatat 198.490 jauh dibawah tahun 2014 sejumlah 206.830 [1]. Dalam pelaksanaan promosi wisata, perusahaan melakukan Pemasaran melalui aplikasi Multimedia berupa *website* dan video. Namun penulis menemukan bahwa promosi kepada konsumen asing melalui video tidak maksimal karena hanya menampilkan video dengan konten *infographic* dan mengesampingkan pesan persuasif.

Video promosi merupakan salah satu sarana dalam komunikasi pemasaran untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Dalam pembuatan video promosi dibutuhkan beragam teknik untuk

dapat menyampaikan informasi secara tepat. Salah satu teknik yang digunakan adalah *motion graphic*. *Motion graphic* memiliki keunggulan dalam menampilkan informasi secara menarik, karena teknik *motion graphic* menyajikan informasi dengan menggabungkan beragam visual grafis.

Berkaitan dengan hal tersebut maka solusi masalah diatas adalah membuat video promosi candi prambanan dengan menerapkan teknik *motion graphic* sehingga informasi yang diberikan lebih menarik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana menerapkan teknik *motion graphic* pada video promosi Candi Prambanan.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

- a. Video dibatasi dalam bentuk animasi dua dimensi dengan teknik *motion graphic*.
- b. Objek yang menjadi pembahasan penelitian ini adalah Candi Prambanan.
- c. Batasan sasaran pasar adalah wistawan asing/ mancanegara.
- d. Batasan *Software* yang digunakan dalam membuat video ini adalah Windows 7 Utimate, Adobe After Effect CS6, Adobe Illustrator CS6, Adobe Audition CS6, dan Adobe Premier CS6.

- e. Output video dibatasi menggunakan *format file* video .mp4 dengan kualitas Full HD 1080 *pixel*, karena dengan kualitas 1080 *pixel* akan menghasilkan kualitas warna dan gambar yang tajam.

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa dan membuat video promosi yang mempunyai kemampuan :

- a. Menampilkan Informasi dengan Animasi dan *Typography*.
- b. Menampilkan video dengan konten informatif Persuasif.
- c. Memiliki kualitas gambar Full HD 1080p dengan resolusi/ kualitas gambar 1920x1080.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti
 - a. Sebagai sarana penerapan teknik *motion graphic*.
 - b. Sebagai sarana pengembangan ide kreatif demi menunjang kemajuan ilmu pengetahuan dalam aspek multimedia.
2. Manfaat bagi Pengelola
 - a. Dapat memiliki sebuah karya berupa video promosi berbasis teknik *motion graphic*.
 - b. Mampu mengenali teknik pembuatan video yang menggunakan teknik *motion graphic* yang nantinya menjadi referensi pada video promosi yang perusahaan buat kedepan.
3. Manfaat bagi pengembang

- a. Menjadi media pembelajaran mengenai salah satu teknik pembuatan video promosi dan dapat digunakan sebagai referensi bagi pengembang dalam pembuatan video promosi dengan teknik yang digunakan penulis.
- b. Menjadi bahan dalam pengembangan teknik serupa.

1.6 Metode Penelitian

1. Metode Pengumpulan data

a. Observasi

Merupakan metode pengumpulan dengan cara melakukan pengamatan terhadap video yang mempunyai ciri yang sama.

b. Wawancara

Metode pengumpulan data dilakukan tanya jawab lisan sehingga penulis mendapatkan penjelasan- penjelasan serta pengarahannya secara langsung dari pihak pengelola Candi Prambanan untuk informasi yang dibutuhkan agar informasi yang dibutuhkan agar informasi dalam video yang dibuat sesuai dengan keinginan pengelola Candi Prambanan dan tepat guna.

c. Studi pustaka

Mengumpulkan data dari buku-buku tentang dunia digital video dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

2. Metode Perencanaan

Merupakan tahapan perencanaan. Dalam pembuatan video promosi, hal ini meliputi pendefinisian masalah, analisis biaya dan manfaat, batasan sasaran video, merancang konsep, merencanakan naskah, merancang grafik, dan hal-hal lain yang patut untuk direncanakan.

3. Metode Produksi

Yaitu proses tahap produksi dan rendering (pasca produksi) dalam pembuatan video promosi.

4. Metode Evaluasi

Melakukan koreksi ulang terhadap kinerja yang merujuk pada hasil produksi video promosi.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang akan dibahas yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas mengenai penulis yang telah memiliki referensi dari tema serupa dari sumber yang di pilih seperti buku, jurnal, makalah dan lain-lain. Dalam bab ini juga membahas mengenai definisi video promosi, analisis video.

BAB III : PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang tahap perancangan, tinjauan umum pada objek yang akan dituju, analisis yang dibuat, identifikasi masalah-masalah dan, kelayakan yang akan dibangun dari video yang akan dibuat.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang penerapan rencana implementasi, pada bab ini juga berisikan beberapa *capture* dari hasil produksi video.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran atau kritik terhadap peneliti guna menghasilkan karya yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat keterangan dari buku – buku dan literatur lain yang menjadi acuan dalam penyusunan skripsi.