

PERANCANGAN IKLAN PADA WISATA WATER BYUR GUNUNGKIDUL MENGUNAKAN TEKNIK *LIVESHOOT* DAN *MOTION GRAPHIC*

Dwi Cahyani Wulandari¹⁾, Bhanu Sri Nugraha²⁾

^{1,2)} Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta

Jl Ringroad Utara, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta Indonesia 55283

Email : dwi.8913@students.amikom.ac.id¹⁾, bhanu@amikom.ac.id²⁾

Abstraksi

Penggunaan media informasi saat ini, terutama di media video, memberikan daya tarik tersendiri. Ini karena video memiliki karakteristik khusus, yaitu kombinasi gambar, suara dan gerak. Karena sifat visual dan kombinasi warna, suara dan gerakan, media video terlihat jelas dan nyata. Karena itu pesan yang disampaikan menarik perhatian penonton.

Water Byur adalah objek wisata pemandian di Kompleks Sumber Ponjong, Ponjong, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Air Byur yang dulu dikenal sebagai Sumber telah menjelma menjadi objek wisata andalan Desa Ponjong. Water Byur sendiri masih kurang dalam iklan. Pengelolaan objek byur air masih dirasa kurang efektif dalam periklanan, sehingga perlu dibuatkan cara beriklan menggunakan media video.

Berdasarkan uraian di atas penulis mengambil judul Perancangan Iklan Pada Wisata Water Byur Gunungkidul Menggunakan Teknik LiveShoot dan Motion Graphic. Hasil video ditampilkan dan diiklankan di Youtube. Video Iklan Pada Wisata Water Byur Gunungkidul Menggunakan Teknik LiveShoot dan Motion Graphic.

Kata Kunci :

water byur, advertising, liveshoot, motion graphic.

Abstract

The use of information media at this time, especially in video media, provides a special attraction. This is because the video has special characteristics, namely a combination of images, sound and motion. Because of the visual nature and the combination of colors, sounds and movements, the video media looks vivid and real. Therefore the message conveyed attracted the attention of the audience.

Water Byur is a bathing tourist object in the Sumber Ponjong Complex, Ponjong, Gunungkidul Regency, Yogyakarta Special Region. Water Byur which was once known as Sumber has transformed into a Ponjong Village mainstay tourism object. Water Byur itself is still lacking in advertising. The management of water byur objects is still felt to be less effective in advertising, so it is necessary to make a way of advertising using video media.

Based on the description above the author takes the title of Designing Ads on Gunungkidul Water Byur Tourism Using live shoot and motion graphic Techniques. The video results are shown and advertised on Youtube. Video of Water Byur ads are made using live shoot and motion graphic techniques.

Keywords :

water byur, advertising, liveshoot, motion graphic

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini telah dimanfaatkan dalam berbagai macam media, salah satunya adalah penggunaan internet sebagai media pemasaran online. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survey tentang jumlah pengguna internet yang kian meningkat dari tahun ke tahun. Survey ini menunjukkan peningkatan pada tahun 2017 jumlah pengguna internet menyentuh angka 143,26 juta pengguna.[1] Beberapa perusahaan besar di Indonesia mulai melirik *Youtube* sebagai lahan untuk beriklan di media digital.

Objek Wisata Water Byur yang dulu dikenal dengan “Sumber”, sebelumnya hanyalah sumber mata air yang digunakan warga untuk mengairi sawah,

sumber air rumah tangga, dan sumber air untuk kolam ikan. Kemudian masyarakat mulai bekerja sama dan bekerja cerdas untuk memberikan nilai tambah desa dengan membuat Wahana Wisata Air di Area Sumber Ponjong. Kemudian teretuslah Water Byur yang pertama kali diperkenalkan pada Tahun 2012. Pengiklanan yang dilakukan pengelola menggunakan media cetak dan media social untuk iklan.

Berdasarkan majalah *Motion by Design*, *Motion graphic* merupakan salah satu media atau salah satu sub dari ilmu desain grafis yang banyak digunakan dalam periklanan (TVC), film berupa *title sequence*, opening atau promo program TV, ataupun stasiun id TV dan ada juga digunakan untuk video clip music, atau profil perusahaan. Cakupan multidisiplin ini

memiliki banyak hal yang dibutuhkan oleh orang-orang atau perusahaan yang bekerja di lapangan. *Motion graphic* pada umumnya merupakan gabungan dari potongan-potongan desain/animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis. Ini dapat dicapai dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti 2d/3d, animasi, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan music [2].

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penyusunan skripsi yang berjudul “Perancangan Iklan Pada Wisata Water Byur Gunungkidul Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic.

Tinjauan Pustaka

Wicaksono Ragilyanto dari Universitas AMIKOM Yogyakarta, penelitian skripsi pada tahun 2017 yang berjudul “Pembuatan Iklan Televisi Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Pada Fortunate Coffee Yogyakarta”. Anggreta Wahyuning Tyas (2017), melakukan penelitian di SMA Negeri 7 Yogyakarta untuk membuat video profil berbasis Multimedia seperti adanya teknik Liveshoot dan Motion Graphic. Penulis mengambil judul “Perancangan Profil Sekolah berbasis Multimedia pada SMK Negeri 7 Yogyakarta”. Video profil ini direkomendasikan untuk di perkenalkan kepada calon murid yang akan memasuki jenjang SMA/SMK sederajat .[3]

Jurnal yang berjudul “ Motion Graphics as Promotion Media For Bus Rapid Transit Trans Musi Palembang “. Oleh Yasermi Syahrul, Yulia Haerany, Heki Aprianto pada Harmonizing Design in Today’s Society, Technology and Bussines 2016. Peneliti memuat video motion graphic pada Bis Trapid Trans Musi Palembang sebagai media promosi untuk transportasi umum pada kota Palembang. [4]Tinjauan Pustaka memuat uraian sistematis tentang informasi hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Bagian ini memuat kelebihan dan kelemahan yang mungkin ada pada penelitian terdahulu yang dapat dijadikan argumen bahwa penelitian yang akan dikerjakan ini bersifat menyempurnakan atau mengembangkan penelitian terdahulu.

Landasan Teori

Pengertian Multimedia

Dalam buku berjudul DIGITAL MULTIMEDIA: Animasi, Sound Editing, & Video Editing. Dalam buku berjudul DIGITAL MULTIMEDIA: Animasi, Sound Editing, & Video Editing (Bab 1 hal 1). Robin dan Linda (2001) Menyatakan bahwa istilah Multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan gambar video.[5]

Pengertian Iklan

Menurut M. Suyanto, periklanan adalah penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi yang merupakan alat promosi yang kuat.[6]

Pengertian Teknik Live Shoot

Live Shoot dapat diartikan sebagai teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung. Live shoot juga dapat dikatakan sebagai video shooting di mana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil shooting. Pengertian live shoot itu sendiri 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 penontonya terhanyut [7].

Pengertian Teknik Motion Graphic

Motion Graphic adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi desain grafis profesional dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi dan internet. Pada dunia perdagangan, informasi, dan hiburan adalah suatu tantangan, ketika di mana pemirsa/audience memutuskan apakah tidak atau akan untuk saluran, keluar dari situs *web*, atau ketika menonton trailer, untuk melihat film. Maka dari itulah diperlukan *strategi*, kreativitas, dan *keterampilan* dari seorang desainer *broadcasting*, desainer judul film dan *animator* dalam seni motion grafis. [7].

Hasil dan Pembahasan

SWOT

Untuk mencari tahu masalah dari media yang digunakan saat ini penulis menggunakan metode SWOT untuk menganalisisnya. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Kekuatan(S)

1. Water Byur sudah memiliki place difacebook dan google maps (S1)
2. Sudah mampu menjelaskan tentang informasi wahana apa saja yang ada (S2)

Kelemahan(W)

1. Belum mampu memvisualisasikan fasilitas apa saja yang didapatkan (W1)
2. Belum mampu memvisualisasikan denah lokasi water byur (W2)

Peluang(O)

1. Informasi berupa foto dan teks masih diterima oleh masyarakat (O1).

2. Masyarakat masih membutuhkan informasi berupa brosur.(O2)
3. Pada sebuah acara event, brosur masih menjadi senjata utama yang praktis sebagai marketing.(O3)

Ancaman(T)

1. Pengunjung sudah mulai terbiasa dengan informasi dan iklan yang bersifat visual digital (T1)
2. Tuntutan masyarakat akan media iklan yang baru.(T2)

TABEL 1. TABEL SWOT

Faktor Internal	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
Faktor Eksternal	- S1 - S2	- W1 - W2
PELUANG (O)	(Strategi S-O)	(Strategi W-O)
- O1 - O2 - O3	- Jumlah brosur diperbanyak. - Sering mengikuti acara atau event enntrepreneur. - Dijadikan sebagai senjata utama marketing	- Memberikan penjelasan secara langsung kepada konsumen akan isi informasi brosur. - Memperbaharui konten gambar secara berkala. - Memperbaharui ukuran brosur.
ANCAMAN (T)	(Strategi S-T)	(Strategi W-T)
- T1 - T2	- Menjadikan brosur dengan format digital. - Memperbaharui desain digital - Memperbaharui konten.	- Membuat video dengan teknik-teknik tertentu untuk mengilustrasikan informasi yang dibutuhkan - Memperbaharui konten dari <i>sosial media</i> - Memperbaharui informasi pada <i>sosial media</i> .

Kelemahan Media Lama

Kelemahan dari media lama berdasarkan Analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Belum mampu memvisualisasikan fasilitas apa saja yang didapatkan (W1)
2. Belum mampu memvisualisasikan denah lokasi water byur (W2)

Perancangan

Merancang Ide dan Konsep

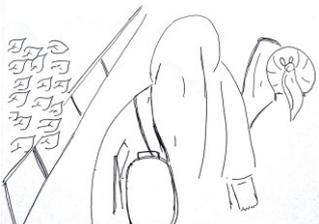
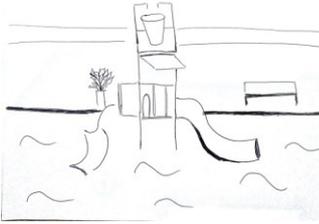
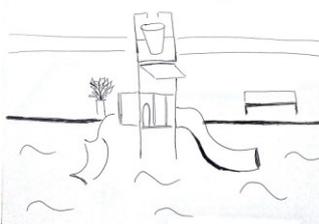
Video iklan ini merupakan video yang akan dikemas dengan menggunakan teknik *Liveshoot* dan *Motion Graphic*. Video yang akan dibuat ini akan digunakan untuk melengkapi media yang belum terpenuhi pada Water Byur.

Melihat dari latar belakang masalah yang ada pada Water Byur, maka penulis memberikan sebuah solusi yaitu dengan membuat video iklan.

Membuat Storyboard

Sebelum melakukan pengambilan gambar, dibutuhkan *storyboard* yang digunakan sebagai gambaran atau panduan demi adegan pada waktu pengambilan gambar video iklan Water Byur:

TABEL 2. TABEL STORYBOARD

Scene	Gambar	Keterangan
1		Ket: Menampilkan seorang wanita bersama dengan dua orang anak yang sedang menuju ke arah kolam renang waterbyur
2		Ket: Menampilkan pemandangan kolam
Scene	Gambar	Keterangan
1		Ket: Menampilkan seorang wanita bersama dengan dua orang anak yang sedang menuju ke arah kolam renang waterbyur
2		Ket: Menampilkan pemandangan kolam

Pembuatan dan Pembahasan

Pengambilan Gambar

Proses pengambilan gambar dilakukan pada hari minggu tanggal 9 desember 2018 di di Water Byur Kompleks Sumber Ponjong, Ponjong, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dilakukan pada jam 09.00-17.10

Pengambilan Gambar masuk lokasi wahana air

Pada pengambilan masuk wahana air penulis menggunakan teknik *Medium Shot* untuk menampilkan telent sedang masuk wahana air .Penulis juga menggunakan lensa fix untuk mendapat deep of field dan kesan focus kepada telent. Adapun hasilnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Pengambilan Gambar masuk wahana air

Pengambilan Gambar Kolam Wahana air

Pada Kolam wahana air penulis menggunakan teknik *Long Shot* agar bisa menyampaikan lokasi sedang berada dimana . Adapun hasilnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Pengambilan Gambar Kolam Wahana air

Pembuatan Aset-aset Gambar

Untuk menjelaskan beberapa informasi yang bersifat ilustratif seperti informasi tentang denah smaka penulis membuatnya dalam aset-aset gambar. Untuk itu penulis membuat beberapa aset yang diperlukan untuk membantu visualisasinya. Animasi digunakan untuk menjelaskan denah yang terdapat pada video. Untuk itu penulis membuat aset gambar. Adapun langkahnya sebagai berikut:



Gambar 3. Aset-aset Gambar

Pembuatan Motion Logo

Pembuatan animasi logo disini sebagai bumper out serta inhouse sebagai penjelas bagian-bagian water byur. Adapun langkahnya sebagai berikut:

1. Buka After Effect klik composition lalu new composition

2. Import logo
3. Pilih Rectangle Tools buat kotakan sesuai dengan yang diinginkan, atur size
4. Masukkan logo atur mask path, scale dan position logo

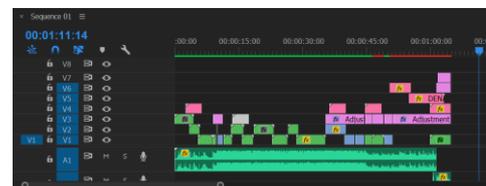


Gambar 4. Motion Logo

Compositing Scene

Compositing ini sebagian besar merupakan materi hasil pengambilan gambar sehingga *file* yang digunakan berformat video. Adapun langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Membuat *project* baru dengan ukuran HD 720 Ukuran ini dipilih karena sudah disesuaikan dengan *settingan* kamera ketika proses produksi.
2. Menyusun video kedalam *timeline* sesuai dengan *storyboard*.
3. Memotong ujung dari masing-masing *clip*.



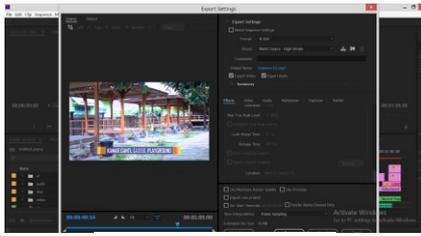
Gambar 5. Menyusun Video

Pada proses ini penulis memotong video di timeline sesuai dengan *story board*.

Rendering

Proses akhir untuk menjadikan *file project* ini menjadi *file* yang siap di distribusi merupakan langkah *rendering*. Ada beberapa pengaturan yang harus dilakukan sebelum proses *rendering* dimulai. Diantaranya adalah:

1. *File – export – media*.
2. Mengubah format menjadi H264 dengan *preset* HD720 25 dan mengatur nama *file*.
3. Menentukan lokasi *rendering* dan kemudian menekan tombol *render*.
4. Ukuran tersebut dipilih dikarenakan target tayang video yang dihasilkan adalah *web broadcast online* yaitu YouTube. YouTube memiliki standar ukuran HD, sehingga penulis menggunakan ukuran HD720. Sedangkan format H264 dipilih karena format ini dirasa cukup ringan dan compatible terhadap semua media *online*.



Gambar 6. Rendering

Evaluasi

Perbandingan Kebutuhan Informasi dengan Hasil Akhir

Evaluasi ini bertujuan untuk menilai apakah kebutuhan fungsional dari hasil analisa sebelumnya telah terpenuhi pada hasil akhir video. Penulis mewujudkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

TABEL 3. TABEL EVALUASI KEBUTUHAN INFORMASI

No	Kebutuhan Fungsional	Preview Gambar	Status
1	Informasi Jam buka-tutup & Informasi Biaya Masuk		Terpenuhi
2	Memvisualisasikan fasilitas yang didapat		Terpenuhi
3	Memvisualisasikan Denah lokasi water byur		Terpenuhi

Kuesioner Faktor Informasi

Untuk mendapatkan data yang relevan, mengumpulkan informasi sebagai bahan dasar dalam rangka penyusunan catatan menguji apakah faktor informasi yang ditampilkan sudah sesuai dengan target maka penulis melakukan uji kuisisioner untuk melihat daya terima terhadap informasi yang ditampilkan dalam video, maka penulis memberikan kuisisioner kepada 20 responden. Uji ini dilakukan kepada pihak Water Byur dan juga beberapa Pengunjung Water Byur. Hasilnya sebagai berikut:

TABEL 4. TABEL KUESIONER FAKTOR INFORMASI

NO	PERTANYAAN	PENILAIAN				
		SB	B	DB	T B	ST B
1	Secara umum, bagaimana penyampaian informasi yang disampaikan pada video iklan tersebut ?	8	12	-	-	-
2	Bagaimanakah informasi tentang fasilitas yang disampaikan pada video iklan?	8	11	1	-	-
3	Bagaimanakah visualisasi tentang denah menuju water byur?	8	11	1	-	-
4	Bagaimanakah informasi tentang	7	11	2	-	-

NO	PERTANYAAN	PENILAIAN				
		SB	B	DB	T B	ST B
5	wahana air yang ada? Bagaimana kelengkapan informasi pada iklan tersebut?	8	12	-	-	-
6	Bagaimana isi iklan pada wisata water byur apa tersampaikan dengan jelas?	7	13	-	-	-

Rata-rata Aspek Informasi 87% (Kategori Sangat Baik)

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses dalam pembuatan dalam video ini melalui beberapa tahapan diantaranya adalah pengumpulan data, menganalisa permasalahan dari data tersebut, menentukan target produksi, melakukan proses produksi, dan melakukan evaluasi.
2. Dari hasil uji kebutuhan informasi dengan hasil akhir didapatkan bahwa semua poin kebutuhan informasi telah terpenuhi.
3. Pada tahap produksi dihasilkan perancangan pembuatan video *liveshoot* dan *motion graphic* dimulai dari perancangan konsep dan *storyboard* menghasilkan 15 scene.
4. Dari hasil implementasi di media *web broadcast* youtube dan tautan di media sosial video ini secara teknis dapat dijalankan pada media tersebut tanpa ada permasalahan dan tidak ada pelanggaran hak cipta ataupun konten visual.
5. Dari penelitian inidihasilkan sebuah video profil dengan durasi 1:05 menit.

Saran

Penelitian ini tidak lepas dengan kekurangan dan kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja. Untuk itu penulis berharap agar kedepannya video ini dapat dikembangkan baik dari segi metode penelitian maupun produknya. Adapun saran yang akan penulis berikan sebagai berikut:

1. Perbanyak referensi tentang video dengan teknik *liveshoot* dan *motion graphic* agar bisa membuat yang lebih bervariasi
2. Dalam proses *compositing*, gunakan spesifikasi komputer yang mendukung kelancaran proses pengerjaan agar detail setiap *editing* dapat dieksekusi dengan baik.

Daftar Pustaka

- [1] <https://apjii.or.id/survei>, di akses pada tanggal 3 Oktober 2018
- [2] Purnama, Bambang Eka. 2013. Konsep Dasar Multimedia. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [3] Wicaksono Ragilyanto . 2017 . “*Pembuatan Iklan Televisi Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Pada Fortunate Coffee Yogyakarta*”. Skripsi. Universitas AMIKOM Yogyakarta
- Yasermi Syahrul, Yulia Haerany, Heki Aprianto
- [4] pada *Harmonizing Design in Today's Society, Technology and Bussines 2016*. “ *Motion Graphics as Promotion Media For Bus Rapid Transit Trans Musi Palembang*
- Sofyan, A.F., & Purwanto, A., 2008. *Digital*
- [5] Multimedia. C.V ANDI OFFSET. Yogyakarta
- Suyanto, M. 2004. Aplikasi Desain Grafis untuk
- [6] Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia. Yogyakarta: Andi Offset.
- Krasner, Jon 2008. *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*. Oxford: Focal Press.
- [7]