

PERANCANGAN IKLAN MOTION GRAPHIC WISATA TANJUNG BIRA KABUPATEN BULUKUMBA

Muhammad Yunus

Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar.
yunusmahmud189@gmail.com

Iklan merupakan salah satu instrumen penting yang ikut berperan dalam mempromosikan keberadaan potensi wisata kepada publik. Iklan mempunyai peran penting dalam bidang pemasaran dan publikasi kepada masyarakat. Tujuan dari pembuatan iklan wisata motion graphic ini adalah mendokumentasikan dan sekaligus media informasi untuk mempromosikan potensi wisata di Kabupaten Bulukumba, khususnya mengenai wisata Pantai Tanjung Bira, Kecamatan Bonto Bahari. Metode yang digunakan dalam pembuatan iklan wisata di Bulukumba penulis mengumpulkan data dengan teknik observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi. Pengolahan data dilakukan dengan analisis desain komunikasi visual. Iklan video motion graphic dirancang menggunakan berbagai aplikasi, seperti Corel Draw X7, Adobe After Effects CS6. Yang menghasilkan Iklan wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba dengan durasi 2 menit 57 detik yang menampilkan informasi grafis Gerbang wisata Tanjung Bira, pantai yang berpasir putih, dan berbagai fasilitas-fasilitas serta akomodasi didalam tempat wisata. Manfaat dari pembuatan iklan wisata ini adalah untuk memperkenalkan sejarah, tradisi, dan budaya kota Bulukumba yang dapat digunakan sebagai media informasi bagi masyarakat. Penelitian

Kata Kunci: Iklan; Motion; Graphic; Wisata; Tanjung Bira.

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Bulukumba yang memiliki keindahan alam dan lingkungan yang masih alami serta memiliki banyak tempat wisata khususnya Bira menjadi salah satu destinasi wisata yang berpotensi menjadi destinasi wisata terbesar di Sulawesi Selatan bahkan di Indonesia jika promosi iklan wisata Tanjung Bira atas wisata tersebut menjadi prioritas utama pemerintah daerah Kabupaten Bulukumba, lewat promosi yang baik dan menarik serta berkelanjutan, menjadi tidak mustahil wisata pantai Tanjung Bira bisa menjadi salah satu tujuan utama para wisatawan di seluruh dunia. Promosi yang baik dengan memanfaatkan teknologi baik dengan media komputer, internet, televisi, radio dan sebagainya akan menjadikan pantai Tanjung Bira dikenal oleh para wisatawan.

Kurangnya pengenalan budaya lokal terhadap wisatawan, terjadi karena kurangnya sosialisasi dari berbagai pihak tentang kebudayaan lokal. Oleh karena itu bermacam bentuk sarana dalam pengenalan budaya lokal harus diaplikasikan pada suatu media promosi yang kreatif dan komunikatif, sebagai sarana promosi dan periklanan yang lebih fresh. Karena strategi komunikasi

merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam pencapaian pesan dan pencapaian target untuk mensosialisasikan kebudayaan lokal. Multimedia adalah sebuah perubahan cara berkomunikasi satu sama lain. Misalkan dalam hal mengirim dan menerima informasi, kini lebih efektif dilakukan dan lebih mudah dipahami. Dengan hadirnya elemen-elemen multimedia kini telah memperkuat informasi yang akan didapatkan.

Banyaknya masyarakat diluar Bulukumba, dan Indonesia pada umumnya sedikit sekali yang mengenal wisata di kota Bulukumba. Oleh sebab itu dengan adanya iklan wisata diharapkan mampu memperkenalkan obyek wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba. berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bulukumba pada tahun 2009 tercatat pengunjung wisata sebanyak 84.000 orang dan 2010 bertambah sebanyak 20.300 orang menjadi 104.300 orang. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bulukumba pada tahun 2015 akan menargetkan 40 persen wisatawan. Menurut Kabid Pemasaran Wisata Disbudpar Kota Bulukumba, menambahkan sudah tercatat 104.300 wisatawan yang berkunjung ke Bulukumba, ini menunjukkan ada

peningkatan yang cukup signifikan dari upaya pengembangan wisata yang ada di Kabupaten Bulukumba. BPS, (Badan Pusat Statistik) Bulukumba Dalam Angka 2013.

Kurangnya media dalam mengaplikasikan informasi tentang wisata Tanjung Bira. Bagaimana membuat unsur-unsur iklan yang menarik, interaktif, dan komunikatif sebagai media penyampaian dalam bentuk video motion graphic animasi. Serta Bagaimana cara mengemas iklan wisata di Bulukumba agar menarik perhatian wisatawan Domestik, maupun wisatawan Mancanegara. Maka Iklan video motion graphic animasi memiliki peranan yang sangat penting dalam mengkomunikasikan wisata Tanjung Bira. Iklan video merupakan salah satu alternatif dalam memberikan informasi yang cepat dan akurat yang dapat menarik perhatian masyarakat agar dapat berkunjung ke tempat wisata Tanjung Bira. Oleh karena itu iklan adalah berita pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan pada masyarakat. Dengan adanya iklan atau gambar sebagai pendukung dari informasi akan sangat memudahkan untuk dipahami dan di cerna oleh setiap wisatawan yang ingin berkunjung ke wisata Tanjung Bira. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka karya tugas akhir ini penulis mencoba menyusun karya audio visual dengan format iklan, yang mengangkat wisata di Kota Bulukumba. Dapat digunakan untuk lebih mempromosikan potensi wisata di Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba, khususnya mengenai wisata Tanjung Bira.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut: Bagaimana membuat iklan video motion graphic animasi yang efektif dan komunikatif untuk Wisata Tanjung Bira?

Iklan adalah berita pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang dan jasa yang dijual dipasang di media massa seperti Koran dan majallah, atau di tempat-tempat umum. Selain itu iklan juga bisa ditayangkan di media televisi karena media televisi merupakan salah satu media yang efektif untuk beriklan.

Iklan merupakan sarana komunikasi terhadap produk yang disampaikan melalui berbagai media dengan biaya pemrakarsa agar masyarakat tertarik untuk menyetujui dan mengikuti. Manfaat iklan yang terbesar adalah membawa pesan yang ingin disampaikan oleh produsen kepada khalayak ramai. Tujuan iklan itu umumnya mengandung misi komunikasi (Pujiyanto, 2013).

Periklanan menjalankan sebuah fungsi “persuasif” ia mencoba membujuk para konsumen untuk membeli merek-merek tertentu atau mengubah sikap mereka terhadap produk atau perusahaan tersebut. Jaringan televisi ABC menyewa Chiat pada tahun 1998 untuk menciptakan sebuah identitas jaringan melalui iklan yang dirancang untuk memosisikannya sebagai sebuah jaringan perkotaan yang cerdas (Monle & Johnson, 2007).

Menurut (Kasali, 1992) tujuan periklanan biasanya di bagi atas empat tujuan komponen iklan yaitu; 1) Aspek perilaku, merupakan tindakan-tindakan yang diharapkan pada calon pembeli; 2) Sikap yang diharapkan, yang menyangkut sikap atau keistimewaan produk; 3) Kesadaran, dalam mengembangkan produk-produk baru di pasaran merebut calon pembeli; 4) Positioning, sasaran konsumen.

Beberapa pendapat tersebut di atas, dapat di simpulkan bahwa pengertian periklanan dapat ditinjau dari media, proses, gaya komunikasi, dan reaksi konsumen, yaitu; 1) Media informasi iklan merupakan suatu media informasi produk yang disampaikan kepada konsumen; 2) Proses iklan penyampaian informasi produk yang diprakarsai produsen untuk disampaikan melalui iklan ditujukan kepada konsumen sebagai penerima pesan; 3) Komunikasi persuasive Gaya bujuk rayunya (persuasi) yang diterapkan pada iklan mengakibatkan konsumen terbius masuk lingkaran konotasi positif terhadap produk yang diinformasikan; 4) Reaksi konsumen informasi yang jelas melalui iklan akan membuahkan reaksi atau tindakan hingga kesadaran untuk mengkonsumsi produk yang diinformasikan.

Dalam dunia pertelevisian, iklan-iklan produk hampir seluruhnya menggunakan animasi, baik menggunakan grafis dan juga menggunakan 3d, seperti yang dikatakan

sebelumnya bahwa kebutuhan animasi dalam sebuah tayangan sepertinya wajib menggunakan animasi, selain mengurangi cost juga memberikan sesuatu yang sangat sulit dibuat. Sebagai contoh, iklan yang menampilkan luar angkasa, sihir-sihir, robot, alien, atau buah-buahan yang dapat berbicara. Dengan kekuatan animasi inilah, iklan menjadi lebih mantap dan bernilai tinggi sebagai informasi dan promosi produk-produk perusahaan.

Dalam iklan media online, animasi seakan-akan menjadi kebutuhan lainnya sebagai pematik pengguna internet untuk mengklik atau mengunjungi laman yang diberikan oleh pengiklan. Jika iklan dalam web tidak ada gerakan (*standing still*), bias jadi para pengguna tidak mengerti

atau mengetahui bahwa tulisan atau gambar tersebut adalah iklan, sehingga agar lebih terlihat (*eyecatching*), maka tulisan atau gambar tersebut dibuat gerakan dan animasi seperti bergerak ke kanan atau kekiri, berganti-ganti atau menjadi besar dan mengecil (Ruslan, 2016).

Motion Graphics adalah percabangan dari Seni Desain Graphics yang merupakan penggabungan dari, Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan teknik Animasi. Motion Graphics terdiri dari dua kata, Motion yang berarti Gerak dan Graphics atau yang sering kita kenal dengan istilah Grafis. Dari asal muasal pengertian dua kata tersebut, bisa dikatakan bahwa Motion Graphics, juga dapat disebut dengan istilah Grafis Gerak.

Secara umum Motion Graphic adalah gabungan media audio visual yang menggabungkan seni film dan desain grafis dengan memasukan elemen-elemen yang berbeda seperti ilustrasi, tipografi, fotografi, video dan musik yang dibuat dengan menggunakan teknik animasi 2D atau 3D. Motion graphic dalam dunia broadcast memiliki peran yang sangat kuat di televisi, contohnya dalam pembuatan iklan komersial, program berita, program hiburan, promo, dan terlebih lagi untuk opening suatu program televisi.

Motion graphics atau grafis gerak adalah istilah yang digunakan untuk semua jenis gerakan grafik, termasuk elemen 3D, cell animation, animasi stop motion, video digital,

film dan banyak jenis grafik gerak lainnya. Perancang grafik ini memberikan informasi melalui grafik sambil membimbing pembaca melalui cerita dengan cara tertentu. Motion graphics tidak hanya untuk penggunaan Internet; mereka juga dapat digunakan di TV dan film (Dafi Deff Motion Graphics, n.d.).

Parwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan maksud tujuan bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang di kunjungi, tetapi semata-mata menikmati perjalanan tersebut untuk memenuhi kebutuhan/keinginan yang bermacam-macam.

Salah satu yang sangat berhubungan dengan pariwisata yaitu obyek wisata yang mempunyai pengertian yaitu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang di kunjungi wisatawan. Obyek wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut atau berupa obyek wisata bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah dan lain-lain.

Berdasarkan defenisi di atas maka pariwisata merupakan aktifitas manusia untuk sementara waktu yang dilakukan secara sadar dari satu tempat ke tempat yang lain dengan tujuan untuk bersenang-senang bukan mencari nafkah dengan berbagai kegiatan pariwisata (Yoety, 2008).

2. METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan data menggunakan beberapa teknik. Wawancara dilakukan kepada pihak-pihak yang bersangkutan saat melakukan penelitian di antaranya yaitu: pengunjung, karyawan, masyarakat sekitar dan dinas Pariwisata Bulukumba Nasaruddin Gau. Observasi dengan cara mengadakan kunjungan secara langsung ke tempat objek wisata yang diteliti dalam hal ini adalah wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba.

Dilakukan juga studi kepustakaan dengan pengumpulan data menggunakan sumber yang ada di dalam buku referensi, internet, jurnal kemudian menyaring beberapa kumpulan data tersebut untuk diambil intisarinya. Selain itu dokumentasi dalam

bentuk gambar sebelum produksi untuk memperkuat dan melengkapi data-data yang telah diperoleh.

Dalam penelitian perancangan ini penulis melakukan analisis data, menganalisis target, isi, media durasi yang akan dibahas dalam pembuatan iklan wisata untuk memperkenalkan potensi wisata yang ada di wilayah Bulukumba kepada masyarakat umum. Perancangan iklan wisata Tanjung Bira ini betul-betul mengacu kepada semua masyarakat Bulukumba atau semua wisatawan Domestik maupun wisatawan mancanegara

Durasi waktu selama 2 menit 57 detik dengan isi yang menampilkan diantaranya yaitu: Gerbang wisata Tanjung Bira, pantai yang berpasir putih, dan berbagai fasilitas-fasilitas dan akomodasi yang ada di antaranya adalah banana boat, donat boot, speed boat, tempat penangkaran penyu dan akomodasi yang ada yaitu villa, hotel perahu pinisi dan pemandangan-pemandangan yang ada di tempat wisata tersebut dalam hal ini, penulis menerapkan isi dengan teknik gaya flat design (vector) karena flat design merupakan gaya desain yang modern yang dapat menarik perhatian masyarakat dan para wisatawan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Media utama pada perancangan ini adalah media Iklan video motion graphic animasi format video dengan durasi 2 menit 57, hasil akhirnya berupa VCD (Video Compact Disk). Iklan Video motion graphic animasi ini dapat menyampaikan pesan secara komunikatif kepada target audiens atau khususnya masyarakat bugis Bulukumba dan para wisatawan mancanegara.

Informasi grafis yang ditampilkan dalam video terdiri dari beberapa bagian scene. Scene grafis bumper berdurasi 3 detik yang dimana menampilkan tipografi. Scene opening berdurasi 35 detik dengan tampilan gambar mobil dan waktu yang harus di tempuh untuk berwisata ke Tanjung Bira Bulukumba. Selanjutnya scene materi isi iklan dengan grafis yang memuat gambar-gambar dan informasi mengenai Wisata tanjung Bira. Setelah itu Video ditutup dengan grafis penutup.



Gambar 3.1. Grafis bumper dan opening



Gambar 3.2. Grafis tampilan isi



Gambar 3.3. Grafis tampilan penutup

Selain dari media utama, perancangan ini juga menghasilkan media pendukung dan juga sebagai media promosi untuk perancangan iklan wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba diantaranya yaitu: Gantungan Kunci, X-Banner, CD, T- Shirt, Caver CD, dan Mug.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Konsep Desain

Pantai Bira merupakan pantai memiliki pasir putih yang sangat terkenal mempunyai air yang jernih dan pasir putih serta di tempat wisata ini telah disiapkan berbagai fasilitas serta akomodasi di Tanjung Bira sangatlah lengkap, seperti tempat persewaan wahana Banana boot, Donat boot, Speed boot, tempat penangkaran penyu dan untuk akomodasi penginapan tersedia panda beach 1, panda beach 2 dan Hotel Perahu Pinisi dengan tarif yang relatif murah yang didukung dengan rumah makan ataupun restoran yang dapat di nikmati setiap pengunjung wisatawan yang berkunjung ketempat wisata ini.

Penelitian Perancangan ini akan mengikutsertakan tulisan pada setiap gambar yang sudah di tentukan dari setiap objek yang di tampilkan agar target audiensnya lebih mudah mengetahui fasilitas-fasilitas dan akomodasi yang ada di wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba.

3.2.2. Konsep Kreatif

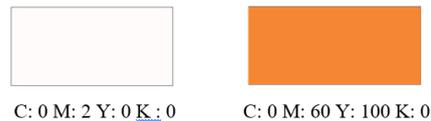
3.2.2.1. Bentuk

Dalam perancangan ini penulis menerapkan teknik gaya flat design (vector) karena flat design merupakan gaya desain yang modern yang dapat menarik perhatian

wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

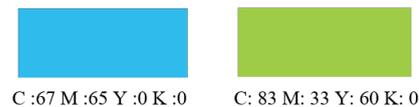
3.2.2.2. Warna

Dalam perancangan iklan video motion graphic animasi warna sangat penting untuk mencapai target audiens. Berikut adalah pemilihan warna yang dilakukan penulis:

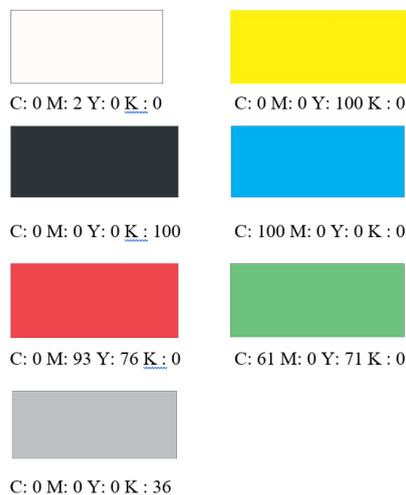


Gambar 3.4. Warna font

Warna huruf yang digunakan penulis dalam perancangan iklan Wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba yaitu putih dan merah tua dalam penggunaan warna font disini penulis lebih banyak memilih warna putih.



Gambar 3.5. Warna Latar



Gambar 3.6. Warna Objek

3.2.2.3. Tipografi

Dalam perancangan tipografi yang penulis gunakan dua (2) jenis tipografi yang akan penulis gunakan pada perancangan iklan wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba.

Dengan pertimbangan kedua tipografi sesuai dengan karakter dan target audiens yakni Arial dan Agency.

Arial Black
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxy z
12345678910

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ (Kapital)
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ (capital Bold)
 ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ (Italic)
 Abcdefghijklmnpqrstuvwxy z (huruf Kecil)
Abcdefghijklmnpqrstuvwxy z (huruf Kecil bold)
12345678910 (angka bold)

Gambar 3.7. Font Arial dan Agency

3.2.2.4. Naskah

“Sulawesi selatan terkenal dengan wisata pantainya yang indah, salah satunya di Bira Bulukumba, untuk anda yang ingin berlibur ke Bira, perjalanan yang harus ditempuh adalah selama 4 jam dari kota Makassar.

Selamat datang di Wisata tanjung Bira, begitu sampai di Tanjung Bira, anda akan di sambut oleh hamparan pasir putih di sepanjang bibir pantai. Selain itu Tanjung Bira memiliki fasilitas wahana bermain yang lengkap dimana tersedia banana boot, anda juga dapat memilih wahana donat boot atau yang lebih menantang seperti speed boot, jika sempat kita juga dapat berkunjung ke penangkaran penyu yang berada di pulau liukang, di penangkaran penyu ini kita dapat menikmati keseruan berenang bersama para penyu. Bagi wisatawan yang ingin menginap Tanjung Bira menyediakan beberapa penginapan diantaranya: Same Resort, Panda Beach 1, Penginapan Panda Beach 2, jika ingin menikmati suasana romantic di Bira tersedia Hotel Perahu Pinisi yang tersedia tepat di pinggir pantai. Selama berlibur kita akan disibukkan dengan pemandangan indah dan udara yang sejuk ayo wisata ke Tanjung Bira.”

3.2.2.5. Storyboard

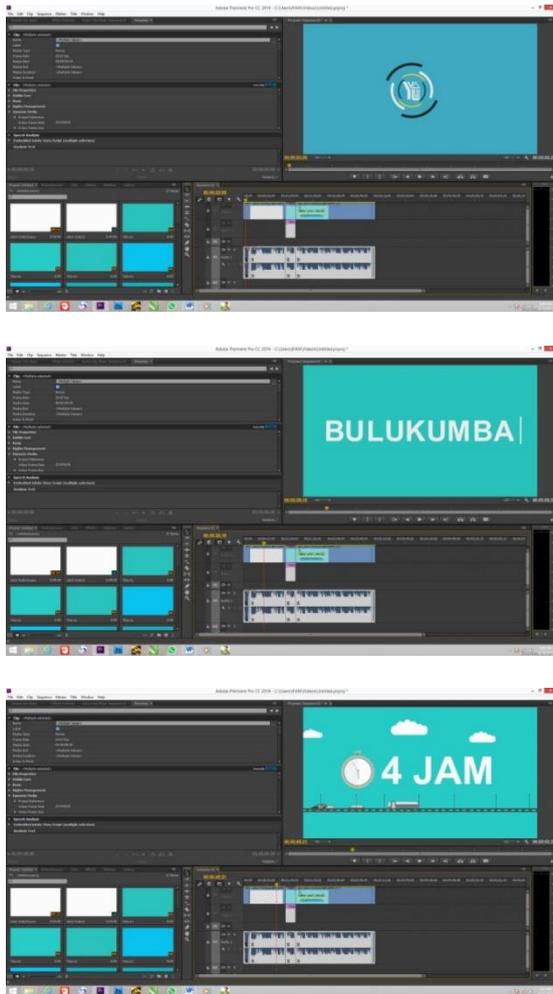
Berikut ini adalah Storyboard untuk perancangan iklan video motion graphic animasi

No	Gambar lokasi	Durasi	Sound	Ket Gambar
	Bumper 	00.03 Detik	<i>Dancepop</i> <i>Instrument beat</i>	Logo
		00.02 Detik	<i>Dancepop</i> <i>Instrument beat</i>	YU Production
		00.03 Detik	<i>Dancepop</i> <i>Instrument beat</i>	Nama Jurusan, Fakultas dan Universitas Negeri Makassar
		00.02 Detik	<i>Dancepop</i> <i>Instrument beat</i>	Huruf B yang di kelilingi garis- garis
		00.00 Detik	<i>Dancepop</i> <i>Instrument beat</i>	Huruf I yang di kelilingi setenga lingkarang
		00.02 Detik	<i>Dancepop</i> <i>Instrument beat</i>	Huruf R di kelilingi garis- garis
		00.04 Detik	<i>Dancepop</i> <i>Instrument beat</i>	Huruf A di kelilingi garis- garis
		00.09 Detik	<i>Dancepop</i> <i>Instrument beat</i>	Bulukumba
		00.09 detik	<i>Dancepop</i> <i>Instrument beat</i>	4 Jam dari kota Bulukumba

Gambar 3.8. Tampilan beberapa bagian Storyboard Video Iklan

3.2.2.6. Proses Digital Media Utama

Berikut adalah proses pembuatan Iklan video motion graphic animasi yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan aplikasi Adobe After Effects CS6. Yang pertama dilakukan penulis dalam pengerjaan digital ini adalah Bumper, opening, isi dan penutup.



Gambar 3.9. Pproses digitalisasi Bumper dan opening iklan

Tahap Merender keseluruhan untuk menjadikan video, dan ini adalah tahap akhir dalam pembuatan iklan video motion graphic animasi

4. SIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Lorem impsn adalah sahhalahaht acontoih dalajamh hal menpa h khfdf dimana kitra ajatsi cbersanhtai dengha sehgafa l asdas l ashd

4.2. Saran

Lorem impsn adalah sahhalahaht acontoih dalajamh hal menpa h khfdf dimana kitra ajatsi cbersanhtai dengha sehgafa l asdas l ashd

5. DAFTAR PUSTAKA

- Dafi Deff Motion Graphics. (n.d.). Motion Graphic dan Cara Membuatnya. Retrieved from <https://www.dafideff.com/> website: <https://www.dafideff.com/2016/01/pengertian-motion-graphics-dan-cara-membuatnya.html>
- Kasali, R. (1992). *Manajemen periklanan konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.
- Monle, L., & Johnson, C. (2007). *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global. Edisi Pertama, Penerbit Kencana Prenada Media Grup Jakarta*.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi.
- Ruslan, A. (2016). *Animasi Perkembangan dan Konsepnya. Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Yoety, O. A. (2008). *Ekonomi pariwisata: introduksi, informasi, dan aplikasi*. Penerbit Buku Kompas.