

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Trowulan adalah suatu kecamatan dan kawasan keurbakalaan yang terletak di Kabupaten Mojokerto. Trowulan merupakan ibukota Majapahit tercantum dalam kakawin nagarakretagama, yang sekarang di jadikan sebagai kompleks cagar budaya peninggalan kerajaan Majapahit dengan luas wilayah ± 47.92 km<sup>2</sup>.

Minimnya jumlah pengunjung yang mengunjungi kompleks cagar budaya Trowulan karena sebagian masyarakat belum mengenal tentang cagar budaya Trowulan. Untuk menarik wisatawan datang berkunjung ke kompleks cagar budaya Trowulan, diperlukan sebuah iklan pariwisata di media sosial tentang kompleks cagar budaya Trowulan.

Pada era teknologi informasi saat ini, sebagian besar masyarakat beraktifitas di media sosial, dengan memanfaatkan peralihan akan kebiasaan masyarakat, peluang untuk menarik wisatawan melalui media sosial sangat besar. Dengan konsep kreatifitas visual sebagai kekuatan dari iklan pariwisata, diharapkan mampu membujuk penonton untuk datang berkunjung di kompleks cagar budaya Trowulan. Jika kompleks cagar budaya tidak dipublikasikan melalui iklan di media sosial maka kompleks cagar budaya tersebut akan semakin kurang dikenal di kalangan masyarakat luas, dan kompleks cagar budaya ini semakin redup *pamornya* seiring berjalannya waktu.

Berdasarkan uraian diatas, maka diangkatlah sebuah judul skripsi :  
Pembuatan Iklan Kompleks Cagar Budaya Trowulan Kabupaten Mojokerto (Situs Peninggalan Majapahit).

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dirumuskan adalah “Bagaimana membuat Iklan Kompleks Cagar Budaya Trowulan Kabupaten Mojokerto (Situs Peninggalan Majapahit)?”.

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk mencegah penelitian ini tidak menyimpang dari yang telah dirumuskan, maka berikut batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Cagar Budaya Trowulan mempunyai daya tarik pariwisata, namun belum maksimal dalam memperkenalkan cagar budaya, penulis mencoba mengatasi masalah tersebut dengan cara membuat iklan kompleks cagar budaya Trowulan dalam bentuk *video*.
2. Pengambilan gambar dilakukan dengan teknik *hyperlapse*, dan sinematografi.
3. Pada proses pengeditan, ditambahkan berupa efek *color correction*.
4. *Software* yang digunakan pembuatan iklan ini meliputi : *After Effect CS6*, *Adobe Premier CS6*, *TRTimelapse 4.0*, dan *Adobe Lightroom 5.6*.
5. Penayangan video iklan di *publish* pada media sosial, seperti youtube.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah :

1. Membuat video iklan yang dapat digunakan sebagai media informasi kompleks cagar budaya Trowulan.
2. Mengajak kepada masyarakat untuk berkunjung di kompleks cagar budaya Trowulan melalui video iklan pada media sosial.

### 1.5 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini ada beberapa metode yang akan dipakai untuk mendapatkan informasi objektif, antara lain :

#### 1.5.1 Metode Pengumpulan Data

- a. Metode Observasi : melakukan *survey* terhadap objek untuk layak atau tidaknya dijadikan sebuah iklan , menentukan *point of view* yang akan diambil gambarnya dan melakukan pengamatan perkembangan iklan saat ini.
- b. Metode Wawancara : melakukan wawancara kepada pihak pihak yang terkait.
- c. Metode Studi Pustaka : mencari referensi referensi yang berkaitan dengan penelitian. Referensi diperoleh dari literatur dan internet.

#### 1.5.2 Metode Analisis

Menganalisis hasil wawancara dari pihak pihak terkait antara lain sebagai berikut :

- a. Menganalisa sistem promosi yang sudah dilakukan dengan analisis SWOT
- b. Menganalisa kebutuhan *software* dan *hardware*
- c. Menganalisa kebutuhan biaya

### 1.5.3 Metode Perancangan

Perancangan iklan terdapat beberapa tahapan yang harus direncanakan secara matang atau biasa disebut dengan tahap pra produksi, tahap pra produksi meliputi : *Screen Writing* yang didalamnya terdapat proses pencarian ide, penentuan tema, pembuatan *logline* atau plot cerita, sinopsis, diagram adegan. Dilanjutkan dengan membuat *storyboard*, membuat rencana anggaran, mencari tim kreatif, *casting*, menentukan kostum, menentukan lokasi *shooting*, perancangan properti *shooting*, desain properti, dan merancang jadwal *shooting*.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Laporan ini disusun secara sistematis dalam 5 Bab yang masing masing bab dibagi atas beberapa sub bab, secara garis besar sistematika penulisan tersusun sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, metode penelitian, metode perancangan dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan tentang teori teori yang mendasari pembuatan skripsi.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini berisikan tentang gambaran umum dari iklan kompleks cagar budaya trowulan (situs peninggalan majapahit) beserta permasalahan yang dihadapi, analisis yang digunakan untuk menghadapi masalah ini menggunakan analisis

SWOT, dan solusi yang diberikan berupa iklan kompleks cagar budaya trowulan.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang implementasi dan pembahasan dari pembuatan iklan yang dibuat.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan - kesimpulan skripsi yang dibuat dan saran dari keseluruhan rancangan yang penulis lakukan.

