

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah maju dengan sangat pesat sehingga memudahkan kehidupan manusia dan menghilangkan jarak dan waktu. Begitupun perkembangan multimedia dirasakan juga pada dunia periklanan yang semakin kreatif dan menarik. Khususnya pada periklanan pariwisata media televisi kini lebih banyak diminati oleh produsen dan konsumen lebih tertarik karena media televisi menggunakan visual gambar, animasi dan teknik-teknik tertentu serta efek suara yang menarik dan kreatif, dibanding dengan media periklanan menggunakan brosur, buku wisata, peta wisata dan lain-lain.

Provinsi Riau sebenarnya mempunyai potensi pariwisata yang sangat menarik seperti provinsi-provinsi lain di Indonesia. Namun pada kenyataannya pariwisata di provinsi Riau masih kurang dikenal oleh masyarakat Riau itu sendiri, dikarenakan kurangnya promosi wisata di provinsi Riau yang saat ini hanya menggunakan media promosi buku wisata, peta wisata dan video yang berdurasi terlalu lama sehingga dirasa kurang efektif untuk media promosi.

Dengan demikian pemerintah provinsi Riau melalui dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi Riau memberikan projek untuk membuat sebuah iklan pariwisata provinsi Riau, yang nantinya dapat meningkatkan potensi wisata yang terdapat di provinsi Riau.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di paparkan di atas, maka dirumuskan masalah yaitu : “Pembuatan Iklan TV Sebagai Sarana Promosi Wisata Provinsi Riau dengan Menggunakan Teknik Timelapse” agar sesuai dengan permintaan Dinas Kebudayaan provinsi Riau.

## 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahasan menjadi meluas, maka penulis perlu membatasinya. Adapun pembahasan masalah dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Hanya membahas tentang pembuatan iklan televisi sebagai sarana promosi wisata provinsi Riau dengan menggunakan teknik *timelapse*.
2. Membahas dan menjelaskan teknik yang digunakan pada pembuatan iklan yaitu dengan menggunakan teknik *timelapse* sehingga menghasilkan sebuah iklan yang layak disajikan sebagai tontonan.
3. Kamera yang digunakan untuk pembuatan *timelapse* yaitu kamera DSLR Canon EOS 60D dan 600D.
4. Proses editing menggunakan *software* Final Cut Pro, Adobe Photoshop Lightroom 4, Adobe Photoshop CC, dan Panolapse.

Sehingga iklan yang dibuat dapat mencapai hasil yang optimal dan maksimal.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

1. Membuat iklan televisi sebagai sarana promosi pariwisata Riau dengan menggunakan teknik *timelapse*
2. Memperkenalkan potensi pariwisata provinsi Riau ke wisatawan dalam maupun luar negeri.
3. Meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke provinsi Riau.
4. Membuka dan mengembangkan pola pikir penulis dalam pembuatan iklan televisi mengenai teknik pengambilan gambar dengan objek yang menarik.
5. Menambah pengalaman baru penulis dalam proses pembuatan iklan dari pra produksi sampai pasca produksi.
6. Menambah ilmu baru dalam bidang *broadcast* untuk mempersiapkan diri masuk ke dalam dunia kerja.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah iklan yang penulis buat nantinya dapat digunakan sebagai acuan untuk membuat media promosi kedepannya dan iklan yang dihasilkan juga dapat digunakan sebagai media promosi yang lebih aktif dan menarik wisatawan untuk berkunjung ke provinsi Riau.

## 1.6 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan sesuai dengan tujuan, maka dalam pembuatan iklan ini perlu adanya data yang benar, lengkap serta akurat. Untuk itu perlu dilakukan beberapa metode dalam pengumpulan data agar tercapai tujuan tersebut sebagai berikut:

### 1. Metode Observasi

Tahap ini penulis langsung terjun ke objek lokasi dengan melihat kondisi dan situasi sebagai bahan pertimbangan baik tidaknya lokasi tersebut dijadikan obyek pengambilan gambar, sehingga menghasilkan gambar yang baik dan menarik dari segi pemandangan lokasi. Selain itu penulis juga mencari beberapa perangkat pendukung yang digunakan pada proses pengambilan gambar nantinya, sehingga dapat menghasilkan iklan pariwisata yang menarik dan layak ditayangkan.

### 2. Metode Studi Kasus

Tahap ini merupakan pencarian objek yang akan dipilih untuk pembahasan laporan. Dari pengamatan yang penulis lakukan dari video-video promosi pariwisata yang diperoleh dari berbagai sumber, penulis memilih teknik *timelapse* dalam pembuatan iklan pariwisata ini. Dari tahap ini penulis mendapatkan bahwa dengan menggunakan teknik *timelapse* video akan lebih menarik dan dapat digunakan dalam pembuatan iklan pariwisata, terutama iklan yang akan penulis buat.

### 3. Metode Studi Pustaka

Tahap ini merupakan pengumpulan data dari berbagai sumber buku yang terkait dengan perancangan periklanan televisi, agar mendukung data-data yang telah dikumpulkan melalui tahap lain. Referensi buku diperoleh dari pemikiran individu dan pengumpulan data dari buku dan skripsi-skripsi yang terdapat di perpustakaan.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Agar memudahkan penulisan dalam skripsi ini, penulis menjabarkan skripsi ini dalam 5 bab, masing-masing diuraikan sebagai berikut:

##### BAB I PENDAHULUAN

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

##### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tinjauan pustaka serta tinjauan umum yang menguraikan teori-teori untuk mendukung judul dan mendasari pembahasan tentang penelitian yang dilakukan. Landasan teori dapat berupa definisi-definisi atau model yang langsung yang berkaitan dengan ilmu atau masalah yang diteliti. Pada bab ini juga dituliskan tentang *tools/software* (komponen) yang digunakan untuk membuat iklan atau untuk keperluan penelitian.

### BAB III ANALISIS DAN PERANCAGAN

Bab ini berisi perancangan dan pembuatan iklan *televisi* yang akan dibuat dimulai dari perhitungan berdasarkan metode yang dipakai hingga tahap perancangan iklan *televisi* dengan menggunakan kombinasi teknik *timelapse*.

### BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan iklan *televisi* sebagai sarana promosi wisata provinsi Riau dengan menggunakan teknik *timelapse*.

### BAB V PENUTUP

Bab penutup ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan masalah yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya. Permohonan kritik dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN