

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Video promosi merupakan sebuah media berbasis multimedia yang sangat membantu perusahaan untuk memasarkan sebuah produk dan jasanya. Seperti yang dilansir buku, *Fatah Sofyan, Amir Purwanto, Agus. 2008. DIGITAL MULTIMEDIA: Animasi, Sound Editing, & Video Editing, Andi : Yogyakarta*, menyebutkan bahwa multimedia merupakan pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan link dan tool yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi (Hofstetter, 2001). Perancangan video promosi dengan pemakaian metode time lapse yaitu pengembangan dari bidang fotografi yang menjadikan sekumpulan foto yang diambil dalam periode tertentu menjadi sebuah klip video pendek, yang kemudian dikombinasikan dengan metode visual effect yang diolah menggunakan perangkat lunak tertentu (Mulyadi, 2011).

Desa wisata Nglanggeran adalah sebuah desa wisata yang terletak di kelurahan Nglanggeran, kecamatan Patuk, kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. Nama Nglanggeran itu sendiri berasal dari kata pelanggaran, hal ini di latar belakang oleh anggapan penduduk sekitar bahwa barang siapa yang melakukan pelanggaran hukum akan tertangkap dan ter hukum dengan sendirinya.

Di desa wisata ini terdapat Ekowisata Gunung Api Purba, Embung Nglanggeran dan Taman Buah Nglanggeran. Dengan suguhan keindahan yang dimiliki desa wisata Nglanggeran ini serta potensi-potensi wisata yang lain, pengelola mengharapkan banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung. Namun promosi yang dilakukan saat ini masih menggunakan media promosi media papan billboard dengan ukuran sedang dan sebuah blog. Dengan adanya media iklan berbasis multimedia ini diharapkan penyebaran informasi tentang Desa Wisata Nglanggeran dapat lebih tepat sasaran.

Dari masalah tersebut maka penelitian ini akan mengimplementasikan time lapse dan visual efek dalam merancang video promosi untuk Desa Wisata Nglanggeran yang diharapkan dapat membantu kegiatan publikasi sehingga membantu meningkatkan kunjungan wisatawan ke desa wisata ini. Teknik time lapse merupakan inti dari skripsi yang penulis ambil, yaitu Implementasi Time Lapse dan Visual Effects pada Video Promosi Desa Wisata Nglanggeran-Yogyakarta.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Setelah mengkaji latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut. "Bagaimana mengimplementasikan time lapse dan visual efek dalam pembuatan video promosi desa wisata Nglanggeran Yogyakarta?"

### 1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang dibuat sebagai berikut:

1. Video Promosi ini berupa video Time Lapse yang dibuat menggunakan software Adobe Lightroom 4.0, Adobe After Effect CS 5.5 serta ditunjang dengan software Adobe Premiere CS 3 dan Adobe Photoshop CS 3.
2. Informasi yang ditampilkan mencakup fasilitas yang disediakan, beberapa lokasi di Kawasan Gunung Api Purba dan kontak yang bisa dihubungi.
3. Menampilkan tempat-tempat untuk melihat *sunrise, sunset, milkyway*, panorama malam dan lain sebagainya.
4. Hasil implementasi time lapse dan visual efek ini akan berbentuk video promosi berdurasi 3 menit dan akan menjadi kewenangan Desa Wisata Nglanggeran dalam pemanfaatannya.

### 1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana computer pada jurusan sistem informasi di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Mengimplementasikan time lapse dan visual efek dalam merancang video promosi untuk desa wisata Nglanggeran yang diharapkan dapat

membantu kegiatan promosi dan publikasi sehingga akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

#### **1. Bagi Penulis**

Bisa mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang di dapat selama masa studi di STMIK AMIKOM Yogyakarta pada jurusan Sistem Informasi dan dapat memahami apa yang telah diperoleh pada kuliah teori dan praktikum.

#### **2. Bagi Desa Wisata Nglanggeran**

Sebagai media promosi yang dapat membantu dalam publikasi dan pengiklanan kepada wisatawan sehingga dapat menambah jumlah pengunjung yang nantinya akan berpengaruh pada meningkatnya pendapatan penduduk sekitar Desa Wisata Nglanggeran.

#### **3. Bagi Akademik**

Penelitian ini berguna untuk mengetahui seberapa besar mahasiswa memahaminya dan bagaimana mengimplementasikannya dalam dunia kerja.

## 1.6. Metode Pengumpulan

Adapun metode penelitian yang digunakan di dalam laporan penelitian adalah sebagai berikut :

### 1. Studi Literatur

Yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan literatur yang dapat dipakai seperti dengan memanfaatkan fasilitas internet, yaitu dengan mengunjungi situs-situs web yang berhubungan dengan dunia editing video, dan pembuatan video promosi.

### 2. Metode Wawancara

Merupakan metode yang efektif untuk mengumpulkan informasi dari seseorang yang berwenang dalam instansi/obyek tersebut secara langsung.

### 3. Metode Observasi

Melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap video promosi lain dengan cara melihat dan mengamati video promosi lain untuk perbandingan dengan video promosi yang akan dibuat.

## 1.7. Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika penulisan skripsi ini terbagi atas 5 (lima) bab, yaitu:



## **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode pengumpulan, sistematika penulisan.

## **BAB II: LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN UMUM**

Bab ini menguraikan dasar teori konsep dasar time lapse, visual effects, video promosi serta software yang akan digunakan.

## **BAB III: ANALISIS DAN PERANCANGAN VIDEO CLIP**

Bab ini menerangkan tentang profil desa wisata nglanggeran, ide cerita, tema, synopsis, screenplay, identifikasi masalah, merancang isi yang meliputi analisis kebutuhan sistem dan analisis biaya manfaat.

## **BAB IV: IMPLEMENTASI SISTEM DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai bagaimana pembuatan time lapse dan visual efek untuk media promosi agar video yang dihasilkan lebih baik dan revolusinya tinggi, mulai dari pra produksi (standar property, membuat layout dan storyboard), produksi (mencapture foto, menentukan timing, cleaning) sampai pada tahapan pasca produksi atau post produksi (coloring, editing dan composing).

## **BAB V: PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup dari pembuatan skripsi yang di dalamnya terdapat kesimpulan penelitian serta saran yang diberikan oleh penulis.