

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Ternate merupakan sebuah kota yang terletak di kaki gunung Gamalama pada sebuah pulau yang bernama Ternate di Provinsi Maluku Utara.[1] Kota Ternate memiliki berbagai macam pilihan destinasi wisata, mulai dari wisata alam, wisata budaya, dan juga wisata sejarah. Kota Ternate juga merupakan salah satu kota yang cepat perkembangannya di wilayah Maluku dan Maluku Utara. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Ternate, di tahun 2015 terdapat 121.055 jiwa yang berkunjung ke Ternate. (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Ternate, 2017) [2]

Pariwisata di Kota Ternate saat ini sedang berkembang. Pembangunan destinasi wisata dan revitalisasi sedang gencar dilakukan oleh Pemerintah Kota Ternate. Namun, iklan berupa video pariwisata di Kota Ternate belum terlalu digunakan untuk mengenalkan berbagai destinasi wisata Kota Ternate. Iklan pariwisata saat ini hanya berupa baliho dan iklan berupa foto yang diupload di media sosial seperti *facebook*, dan lain-lain.

Timelapse dan *hyperlapse* saat ini sudah banyak digunakan di berbagai tempat baik itu di Indonesia maupun negara lain untuk mengenalkan tempat wisatanya. Dengan pergerakan gambar yang unik dan menarik, cara ini dirasa sangat menarik untuk diterapkan dalam iklan pariwisata Kota Ternate.

Berdasarkan pada latar belakang diatas, penulis melihat adanya peluang untuk membuat sebuah video iklan pariwisata untuk Kota Ternate. Maka penelitian ini berjudul “Penerapan *Timelapse* dan *Hyperlapse* menggunakan Kamera *Mirrorless* sebagai Iklan Pariwisata Kota Ternate”. Dengan adanya penelitian ini, harapannya iklan ini dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Kota Ternate.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana cara membuat video iklan pariwisata Kota Ternate menggunakan kamera *mirrorless* dengan menerapkan *timelapse* dan *hyperlapse*?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pengaplikasian iklan berupa video ini untuk situs *youtube.com*, dan juga media iklan digital lainnya yang bekerjasama dengan dinas kebudayaan dan pariwisata kota ternate.
2. Video iklan ini berisi tempat-tempat wisata yang ada di daerah Kota Ternate
3. Pembuatan video dalam penelitian ini menggunakan kamera *mirrorless*
4. Durasi dari video yang dibuat berkisar antara 1 sampai 3 menit

5. Pengujian kuesioner hanya akan diberikan kepada pihak Dinas Pariwisata Kota Ternate.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah:

1. Mengenalkan pariwisata yang ada di Kota Ternate kepada masyarakat luas.
2. Mengetahui apakah kamera *mirrorless* mampu digunakan untuk membuat *timelapse* dan *hyperlapse*.
3. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata I (S1) Program Studi Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Terciptanya sebuah iklan berupa video untuk mengenalkan pariwisata Kota Ternate.
2. Menambah jumlah wisatawan asing maupun domestik untuk datang berkunjung ke Kota Ternate.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Iklan yang dibuat dalam bentuk video dapat digunakan oleh Dinas Pariwisata Kota Ternate untuk mengenalkan pariwisata di Kota Ternate.

2. Alternatif lain yang dapat digunakan Dinas Pariwisata Kota Ternate untuk mengenalkan pariwisata di Kota Ternate.

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk penulisan dan penyelesaian pembuatan video iklan ini melalui beberapa metode, yaitu:

1.6.1. Pengumpulan data

1. Metode Observasi

Metode pengamatan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu berupa tempat wisata yang ada di Kota Ternate untuk kebutuhan pengambilan *angle* kamera dan penentuan tempat mana saja yang akan dimasukkan ke dalam video

2. Metode Wawancara

Metode mengumpulkan berbagai data dengan cara mengadakan wawancara langsung atau via telepon dengan objek penelitian, yaitu Dinas Pariwisata Kota Ternate.

3. Metode Kepustakaan

Metode untuk mendapatkan konsep-konsep teoritis yang ada di dalam buku dan internet sebagai bahan referensi penelitian.

1.6.2. Metode Analisis

Pada tahap ini, penulis akan melakukan analisis terhadap data dari Dinas Pariwisata Kota Ternate. Hal ini dilakukan untuk mengetahui konsep yang akan digunakan dalam pembuatan iklan.

1.6.3. Metode Perancangan

Metode perancangan ini akan dilakukan tahap pra produksi yang mencakup pembuatan konsep, naskah, dan *storyboard*.

1.6.4. Metode Pengembangan

Metode pengembangan ini akan dilakukan tahap produksi dan pasca produksi yang meliputi pengambilan gambar, penggabungan suara dan gambar menjadi video dan juga rendering.

1.6.5. Metode Testing

Setelah selesai proses pembuatan video, maka akan dilakukan tahap pengujian dengan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan kepada pihak Dinas Pariwisata Kota Ternate untuk mengetahui apakah konten dan video yang dibuat telah sesuai dengan yang diharapkan pihak objek penelitian.

1.6.6. Metode Implementasi

Pada metode implementasi, video yang telah selesai dibuat akan diunggah ke media sosial seperti YouTube dan Facebook dan juga ke media iklan lain agar dapat digunakan sebagaimana mestinya oleh pihak objek penelitian.

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami lebih jelas tentang penulisan penelitian ini, maka penulis mengelompokkan mater penulisan menjadi lima (V) bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori-teori dan konsep dasar yang melandasi permasalahan penelitian ini.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini membahas tentang analisis yang digunakan dan penjelasan tentang tahap pra produksi.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Di bab ini akan menjelaskan tentang tahap produksi dan pasca produksi pembuatan video infografis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dapat diberikan oleh penulis dari hasil penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**