

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi. [1]

Kegiatan promosi sangat penting dalam memasarkan suatu produk. Sedangkan dalam promosi kita memerlukan suatu media yang dapat membantu promosi sampai kepada target konsumennya. Oleh karena itu, agar dapat memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen sekaligus mempromosikan Wisata Benteng Pendem Cilacap, dirancang suatu media informasi berupa Video Promosi bertujuan untuk mempromosikan Wisata Benteng Pendem Cilacap. [2]

Benteng Pendem Cilacap atau dalam bahasa Belanda disebut "*Kusbatterij op de Lantong te Cilacap*", terletak sekira setengah kilometer ke arah selatan dari objek wisata pantai Teluk Penyu. Bangunan ini adalah bekas markas pertahanan tentara Hindia Belanda yang dibangun secara bertahap tahun 1861-1879 dengan luas 6,5 hektar. Berada di ujung selatan pantai Teluk Penyu dan menghadap ke selat Nusakambangan. Kawasan Wisata Teluk Penyu dan Benteng Pendem ini merupakan salah satu objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Kedua tempat wisata ini posisinya sangat berdekatan. Tempat ini masih sangat alami, sehingga sangat menarik untuk dikunjungi. Namun sampai saat ini jumlah pengunjung masih minim. Minimnya pengunjung dikawasan ini dikarenakan kurangnya informasi kepada masyarakat luas, Sehingga masih sangat dibutuhkan promosi untuk memajukan Wisata Benteng Pendem, agar dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Untuk menarik minat para pengunjung, diperlukan strategi khusus untuk menempati bagian persaingan pasar dalam kondisi masyarakat sekarang ini, salah satunya dengan cara merancang media promosi objek wisata Benteng pendem. [3]

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mempunyai ide untuk menciptakan suatu media promosi pada Benteng Pendem Cilacap melalui sebuah video dengan menerapkan Teknik Hyperlapse dan Timelapse. Dengan ini penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Media Promosi Benteng Pendem Cilacap Dengan Menggunakan Teknik Hyperlapse dan Timelapse “.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini yaitu:

“Bagaimana mempromosikan Wisata Benteng Pendem Cilacap dengan menggunakan media promosi?”.

1.3.Batasan Masalah

Beberapa Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Pembuatan Media Promosi ini menggunakan Teknik *Hyperlapse* dan *Timelapse*.
- b) Media Promosi ini hanya mengambil objek dilingkungan Benteng Pendem Cilacap.
- c) Media Promosi ini hanya menampilkan informasi mengenai Benteng Pendem Cilacap.
- d) Media Promosi ini evaluasi masih belum di terapkan.

1.4.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian skripsi ini antara lain :

1. Membuat Media Promosi Benteng Pendem dengan menggabungkan Teknik *Hyperlapse* dan *Timelapse*, secara personal sesuai dengan kemampuan sendiri.
2. Mempromosikan Benteng Pendem dengan media promosi menggunakan Teknik *Hyperlapse* dan *Timelapse*, agar Benteng Pendem diminati oleh masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan intensitas pengunjung.

1.5.Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1.5.1. Bagi Peneliti

1. Memenuhi persyaratan kurikulum jenjang S1 Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Dapat menambah pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut Pembuatan Media Promosi.
3. Mengasah kemampuan dalam mengolah *software editing*.

1.5.2. Bagi Objek

1. Hasil pembuatan media promosi ini diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata Benteng Pendem Cilacap.
2. Memperkenalkan wisata Benteng Pendem Cilacap lebih luas ke kalangan wisatawan luar.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap media promosi yang menggabungkan Teknik *Hyperlapse* dan *Timelapse* baik buatan dalam negeri maupun luar negeri sebagai bahan untuk referensi. Selain itu mengamati langsung objek penelitian yaitu Benteng Pendem Cilacap. Hal ini bertujuan untuk kebutuhan informasi – informasi tentang permasalahan peneliti.

2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pengelolah Benteng Pendem Cilacap berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang Benteng Pendem Cilacap untuk memperoleh data yang kongrit dan lengkap sebagai bahan analisis penelitian.

3. Metode Studi Pustaka

Yaitu dilakukan dengan cara membaca buku-buku, majalah-majalah, dan lain-lainnya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suara iklan.

1.6.2. Metode Analisis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT yang terdiri dari *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang disebabkan faktor internal dan faktor eksternal.

1.6.3. Metode Perancangan

Pada tahap ini penulis menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahapan pertama yaitu tahapan pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat media promosi : menentukan atau merancang ide, merancang konsep, isi, mengumpulkan data hingga pembuatan *storyboard*.

1.6.4. Metode Pengembangan

Penulis menggunakan metode pengembangan dengan melakukan tahapan kedua yaitu tahapan produksi yang meliputi pengambilan *footage video*. Setelah itu, tahapan selanjutnya tahapan ketiga yaitu tahapan pasca produksi yang meliputi *editing* yang digabungkan dengan Teknik *Hyperlapse* dan *Timelapse*, melakukan review hasil editing, pemberian *backsound* hingga tahap *finishing* berupa *rendering*.

1.6.5. Metode Evaluasi

Evaluasi adalah tahap pengecekan kembali apakah video yang dibuat sesuai dengan konsep dan rancangan yang telah dibuat.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penulisan naskah skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ialah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pertama sesuai dengan ketentuan pokok penyusunan skripsi yang berisi tentang gambaran umum penelitian yaitu, Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi kumpulan teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan video, termasuk analisis konsep dan uraian tentang media promosi.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisi tentang cara dan tahapan pembuatan media promosi sesuai dengan urutan pengerjaannya.

BAB V. PENUTUP

Bab kelima menjelaskan tentang garis besar atau kesimpulan dari keseluruhan isi skripsi dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.