

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu industri jasa terbesar saat ini mampu mempengaruhi pertumbuhan ekonomi global. Berbagai macam tujuan orang untuk melakukan perjalanan wisata seperti halnya sekedar bersenang-senang, melihat peninggalan-peninggalan sejarah dan prasejarah, event-event tertentu, keindahan alam, perjalanan agama dan lain sebagainya. Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai begitu banyak wisata yang bagus dan sangat menarik untuk dikunjungi, mempunyai potensi wisata yang menjanjikan dan keindahan alam yang sangat eksotis, terutama wisata Yogyakarta seperti Tugu Yogyakarta, Malioboro, Taman Sari, gumuk pasir dan pantai Pantai Cemara Sewu.

Seiring dengan pesatnya perkembangan era digital saat ini, penggunaan video bukan hanya sebagai hiburan saja melainkan juga bisa digunakan sebagai media iklan, dokumentasi suatu peristiwa, pembuatan tutorial, bahkan sebagai media pembelajaran. Maraknya perkembangan teknologi komputer telah dijadikan sebagai media atau alat untuk menggabungkan image, audio, animasi, teks dan gambar yang disebut sebagai multimedia. Dengan adanya ilmu multimedia sebagai alat untuk menikmati gambar bergerak dan juga sarana media atau alat bantu untuk melakukan editing film atau video seperti pembuatan film documenter, film

fitv, promosi maupun iklan. Dan di era sekarang ini banyak sekali teknik-teknik untuk membuat video sebagai penambah daya tarik.

Berdasarkan hal tersebut penulis Menggunakan sebuah video untuk memperkenalkan Wisata Kota Yogyakarta dengan mengimplementasikan beberapa teknik editing seperti teknik *masking transition*, *time remapping* dan *Timelapse* dengan menggunakan Aplikasi *Adobe Premiere Pro 2018*, yang dikemas semenarik mungkin sehingga pesan yang disampaikan akan mudah dimengerti, karena sifatnya hanya memaparkan kejadian sebenarnya di tempat objek wisata tersebut. Penulis berharap setelah adanya video ini dapat mengenalkan dan meningkatkan minat wisatawan lokal maupun dari luar. Sehingga berimbas meningkatnya per-ekonomian di Kota Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan/diselesaikan yakni, Bagaimana mengimplementasikan teknik *masking transition*, *time remapping* dan *Timelapse* pada video iklan Wisata Yogyakarta menggunakan media aplikasi *Adobe Premiere Pro 2018* ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi permasalahan pada:

1. Menggunakan beberapa tempat wisata Yogyakarta yakni Tugu Yogyakarta, Malioboro, Taman Sari, Gumuk Pasir dan Pantai Cemara Sewu.
2. Video iklan ini mengimplementasikan 4 teknik yakni *masking transition, time remapping dan Timelapse*.
3. Perangkat lunak yang digunakan adalah windows 10 dan *Adobe Premiere Pro 2018*.
4. Media promosi online yang digunakan adalah *Instagram* (IGTV)
5. Video promosi ini berdurasi kurang lebih sekitar 1 - 2 menit.
6. Video menggunakan format H.264 dengan resolusi *Full HD* (1920 x 1080 *pixel*).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk meng-implementasikan beberapa teknik yakni teknik *masking transition, time remapping dan Timelapse* pada video iklan wisata Yogyakarta.
2. Video iklan dibuat guna memperkenalkan wisata yang ada di kota Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menerapkan dan berbagi ilmu yang di dapat di bangku kuliah dan mengerti tentang iklan dan publikasi menggunakan video.
2. Bagi penulis, penulis mendapatkan pengalaman dari proses pengimplementasian 3 teknik yakni *masking transition*, *time remapping* dan *Timelapse* pada Video Iklan Wisata Yogyakarta.
3. Bagi pembaca, dapat menambah ilmu pengetahuan terhadap pengimplementasian teknik *masking transition*, *time remapping* dan *Timelapse* pada video iklan.
4. Bagi masyarakat, meningkatnya wisatawan baik dari local maupun luar untuk berkunjung ke wisata kota Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi metode pengumpulan data dan pengembang. Agar menghasilkan data dan laporan yang akurat, maka pelaksanaan disusun tahapan secara terperinci. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metodologi penelitian yang terstruktur. Metodologi penelitian sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk membantu kelancaran penyusun skripsi ini, maka diperlukan data – data dan informasi yang cukup mengenai permasalahan yang akan dibahas agar sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

A. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video yang menerapkan teknik *masking transition*, *time remapping* dan *Timelapse* sebagai referensi dan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan di teliti serta pencatatan secara cermat. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung pada Wisata Kota Yogyakarta.

1.6.2 Metode Analisis

Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan adalah metode yang dilakukan sebelum kegiatan produksi (pra-produksi) yang di dalamnya terdapat beberapa persiapan, yaitu, merancang konsep, *scheduling* dan *storyboard*.

1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dapat dilakukan dengan Langkah-langkah produksi, seperti perancangan dan *shooting*. Selanjutnya untuk tahap pasca produksi yang dilakukan adalah editing, tracking, compositing, serta rendering jika hasil sudah sesuai yang diharapkan.

1.6.5 Implementasi

Merupakan tahap akhir dimana video iklan wisata kota Yogyakarta yang telah dibuat akan ditayangkan pada Instagram (IGTV) @wisatadiogyakarta

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah di mengerti, maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan di bahas, yang terdiri dari latar Belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, maksud dan tujuan , metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian Pustaka, konsep dasar pengimplementasian video promosi dengan Adobe Premiere Pro.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang pembuatan video promosi dengan Adobe Premiere Pro serta perancangan video.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video promosi serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar Pustaka.

