

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya sistem teknologi informasi saat ini sangat pesat, hal ini ditandai dengan hadirnya berbagai macam teknologi multimedia yang di dalamnya berisi fitur-fitur menarik dan canggih. Begitu juga dengan perkembangan teknologi media iklan menggunakan video yang di gunakan oleh pengelola perindustrian pariwisata untuk menarik para wisatawan. Menurut Kotler dalam buku yang berjudul Prinsip-prinsip Pemasaran disebutkan bahwa iklan (*advertising*) adalah segala bentuk penyajian non personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran [1]. Periklanan merupakan penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengomunikasikan informasi tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat. Iklan mempunyai berbagai macam bentuk (nasional, regional, lokal, konsumen, industry, eceran, produk, merek, lembaga, dan sebagainya) yang di rancang untuk mencapai berbagai macam tujuan (penjualan seketika, pengenalan merek, preferensi dan sebagainya) [2].

Menurut Salah dalam *Tourism Management*, menyatakan bahwa pariwisata adalah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam panyediaan lapangan kerja [3]. Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain yang bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha untuk keseimbangan, keserasian atau kebahagiaan dengan lingkungan hidup dengan dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu [4]. Lombok Timur merupakan salah satu dari sembilan kabupaten/kota

provinsi Nusa Tenggara Barat. Lombok Timur merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang di minati oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Hal ini di dukung oleh banyaknya destinasi wisata baik wisata alam, religi, kuliner maupun budayanya. Obyek wisata pantai Lombok Timur memiliki bentang yang indah, pasir putih, air laut yang jernih dan biota bawah laut yang menarik untuk di lihat. Obyek tersebut di antaranya Pantai Labuhan Haji, Gili Kondo, Gili Bidara, Gili Petagan dan Gili Pasir. Obyek wisata alam Lombok Timur juga tidak kalah menariknya di antaranya pemandian Joben (otak koko), dan Gunung Rinjani. Sehingga di perlukan periklanan untuk menarik minat para wisatawan untuk berkunjung ke daerah Lombok Timur.



Gambar 1. 1 Brosur Wisata Lombok Timur



Gambar 1. 2 Katalog Pariwisata Lombok Timur

Upaya periklan yang di lakukan Dinas Pariwisata Lombok Timur dengan mencetak pamflet, brosur dan katalog wisata yang ada di Lombok Timur masih di

rasa kurang efektif sehingga permasalahan tersebut menurut hemat peneliti di butuhkan pengembangan dengan membuat video iklan pariwisata dengan tehnik *Motion Graphic*, *Timelapse*, dan *Live shoot*. Seni dari *Motion Graphic* adalah kedinamisan dari nama yang di berikan, memberikan kehidupan kepada gambar dan tulisan dan merekam mereka menjadi sebuah pesan yang ingin di sampaikan kepada penontonnya. *Motion Graphic* adalah teks, gambar, atau kombinasi dari keduanya yang bergerak dalam ruang dan waktu, menggunakan pergerakan dan ritme untuk mengkomunikasikannya[5]. Timelapse fotografi adalah sebuah teknik sinematografi di mana frekuensi waktu pengambilan gambar jauh lebih lama dari hasil videonya Objek-objek dan waktu yang diambil dalam waktu beberapa menit ataupun bulan dapat dilihat hanya dengan waktu beberapa menit ataupun detik[6]. Pengertian *live shoot* itu sendiri adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada saat proses editing, semuanya bisa menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut [7].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat di kemukan adalah “Bagaimana Cara Membuat Video Iklan Pariwisata Lombok Timur Menggunakan Teknik *Motion Graphic*, *Timelapse* dan *Liveshoot* ?”.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang telah di rumuskan, maka di perlukan batasan-batasan masalah, sebagai berikut :

1. Pengambilan gambar secara berkala hanya di lingkungan wilayah kabupaten Lombok Timur .
2. Tempat wisata yang di ekspos menampilkan wisata yang menjadi ikon pariwisata di Lombok timur.
3. Video promosi yang di buat berdurasi 2 menit untuk keperluan iklan di media sosial .
4. Teknik yang di gunakan adalah *Motion graphic, Timelapse dan Live shoot*.
5. Video ini akan di tayangkan di *Youtube*.
6. Tayangan di *Youtube* dengan durasi 2 menit dengan ekstensi mp4 dan resolusi 1080p: 1920×1080 (16:9).
7. Aplikasi yang di gunakan *Adobe Premiere Pro CC 2015, Adobe After Effects CC 2015*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah membuat video iklan pariwisata Lombok Timur untuk menyampaikan informasi tentang wisata yang ada di daerah kabupaten Lombok Timur.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut.

1. Sebagai sarana publikasi dan promosi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Timur sebagai media promosi.
2. Mengimplementasikan teknik *Motion graphic*, *Timelapse* dan *Live shoot* pada video promosi pariwisata Lombok Timur
3. Mampu menerapkan prinsip videography dengan baik agar menjadi video yang mudah di pahami dan lebih indah.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Peneliti

1. Menjadi inspirasi bagi peneliti untuk pengembangan selanjutnya menggunakan teknik serupa agar lebih baik dari peneliti sebelumnya.
2. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat video promosi.
3. Memahami penerapan teknik *Motion graphic*, *Timelapse* dan *Live shoot* untuk hasil yang lebih optimal.

1.5.2 Manfaat Bagi Objek

1. Sebagai alternatif baru dalam penyampaian informasi kepada masyarakat melalui iklan video wisata Lombok Timur.
2. Menambah minat wisatawan untuk berkunjung ke kawasan kabupaten Lombok Timur.
3. Meningkatkan daya saing dengan daerah-daerah wisata yang ada di Indonesia Khususnya pulau Lombok.
4. Untuk memperkenalkan ikon wisata-wisata yang ada di daerah Lombok Timur.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu[8].

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam Pengumpulan data dan informasi untuk memecahkan permasalahan yang ada, penulis menggunakan beberapa metode antara lain.

1.6.1.1 Metode Observasi

Pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lokasi yang sudah di tentukan serta pengamatan terhadap video sejenis untuk menambah pengetahuan sebagai bahan penyusunan skripsi.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan Dinas Pariwisata Lombok Timur untuk mengetahui informasi yang penulis butuhkan.

1.6.1.3 Metode Pustaka

Metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang di butuhkan melalui buku, majalah, koran dan literatur lainnya yang bertujuan membentuk sebuah landasan teori [9].

1.6.2 Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahapan yang harus mempersiapkan bahan untuk produksi ke depannya. Tahapan sebuah praproduksi susunannya adalah sebagai berikut. Perencanaan, kordinasi dan pelaksanaan yang mana terdapat Bahan yang di persiapkan yaitu ide, naskah dan *storyboard* [10].

1.6.3 Produksi

Yang telah dituangkan ke dalam shooting script berdasarkan naskah yang ditulis, di sinilah ujung penentu baik tidaknya sebuah produksi dilihat dari proses produksi tersebut. Maka peran produser dan semua tim sangat menunjang dalam penyelesaian suatu produksi program/siaran [10].

1.6.4 Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahapan akhir dari sebuah produksi program televisi. Zettl mengungkapkan, Pasca produksi adalah *video* dan *audio editing*. Pada tahap ini seorang *Editor* memegang peranan penting di dalam menghasilkan sebuah tayangan televisi yang baik, informatif dan juga menarik. Tugas *Editor* menggabungkan beberapa *shot* tunggal menjadi satu rangkaian cerita yang dipahami oleh penonton[10].

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan laporan skripsi ini di bagimenjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang yaitu yang diteliti, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian,yaitu Tinjauan pustaka yang mana menganalisis, mengklasifikasikan dan membandingkan dengan penelitian yang sebelumnya. Dasar teori yang ada kaitannya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang

pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung perancangan video iklan.

3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang pembuatan iklan , manfaat iklan dan gambaran objek penelitian mulai dari pembuatan iklan tersebut.

4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang pembahasan iklan yang di buat, dijelaskan juga hasil tahapan yang di berikan.

5. BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan yang di peroleh dari perumusan masalah yang telah di sampaikan dan hasil dari quisioner dari pihak objek terhadap iklan untuk lebih mengetahui tentang iklan yang di buat.

