

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini terus berkembang secara pesat dan menjadi salah satu sektor yang berperan besar dalam pengembangan perekonomian dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal didorong oleh perkembangan bidang pariwisata Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari masa ke masa, tampak dari meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata di Indonesia, yang terkenal dengan keindahan alam, keramahan penduduk, dan keanekaragaman budayanya. Pada tingkat daerah, sektor ini diperkirakan akan menjadi penunjang pendapatan daerah yang kontribusinya di masa mendatang memiliki prospek yang menguntungkan [1]

Perkembangan teknologi yang begitu pesat sangat berpengaruh pada beberapa aspek dalam kehidupan. Salah satu yang mengalami dampak perubahan teknologi adalah media promosi dan media informasi. Perkembangan media promosi dan penyampaian informasi yang awalnya dilakukan dengan cara dari mulut ke mulut saat ini mengalami perubahan bentuk menjadi video, audio, brosur, poster, katalog, sehingga memudahkan perusahaan untuk menginformasikan atau mempromosikan dan menawarkan produk. Periklanan sendiri memiliki beberapa tujuan khusus diantaranya untuk membentuk kesadaran akan suatu produk atau merek baru; menginformasikan fitur dan keunggulan produk atau merek pada konsumen; membentuk persepsi tertentu akan produk atau merek; membentuk selera akan produk atau merek ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk atau merek yang diiklankan. [2]

Dalam pembuatan video promosi, penulis menerapkan beberapa teknik yaitu *Live Shoot* dan Sinematografi. *Live shoot* adalah serentetan perekaman tentang seseorang 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 dan dipadu dengan kejadian dramatik

lainnya dengan disusun pada suatu proses editing lalu disatukan yang dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanjut [3].

Dalam pembuatan video klip, sinematografi berperan cukup penting supaya suatu video tersebut jadi menarik dan dapat menyampaikan informasi sekaligus pesan dengan baik. Hal ini dikarenakan sinematografi merupakan ilmu terapan yang membahas terkait teknik dalam pengambilan gambar sehingga menjadikan sebuah rangkaian gambar yang dapat menyampaikan cerita maupun ide. Teknik sinematografi meliputi *camera movement*, *object movement*, *camera angle*, *composition*, *continuity*, *cutting*, penataan cahaya, ketajaman gambar, dan lain sebagainya. [4]

Masyarakat pada masa kini sangat erat dengan era digital. Hal ini terimplementasi dalam kehidupan sehari-hari yang lekat dengan media internet, secara spesifik media komunikasi sosial seperti Instagram, Youtube, dan web. Maka dari itu, strategi berikutnya adalah penempatan promosi yang efektif dan tepat menggunakan media khususnya media sosial. Promosi melalui media sosial menjadi sebuah pilihan yang tepat karena dapat diakses dengan mudah, cepat, dan budaya media saat ini masyarakat dekat dengan media sosial untuk mencari tahu informasi tentang sesuatu hal. Promosi bisa berbentuk video promosi untuk menyampaikan informasi menarik, dinamis, dan memiliki nilai estetis. Namun, biaya produksi promosi dalam bentuk video memiliki tingkat biaya yang tinggi dikarenakan memerlukan kebutuhan dan kelengkapan peralatan yang kompleks [5].

Dalam rangka melaksanakan misi pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta untuk meningkatkan perekonomian daerah yang didukung dengan semangat kerakyatan, inovatif dan kreatif disertai peningkatan daya saing pariwisata maka guna memacu pertumbuhan ekonomi daerah yang berkualitas dan berkeadilan, melalui kebijakan peningkatan peran budaya sebagai basis kepariwisataan daerah berbasis masyarakat dengan inovasi produk, kekuatan pemasaran, peningkatan aksesibilitas dan konektivitas, pengembangan SDM pariwisata serta sinergitas antar pelaku wisata.

Dinas pariwisata provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki keterbatasan tertentu, kali ini dalam hal pembuatan video promosi kawasan wisata. Sehingga dalam permasalahan ini Dinas Pariwisata Provinsi DIY membutuhkan bantuan pihak-pihak yang menguasai atau *expert* dalam bidang tersebut untuk melangsungkan program promosi terkait ke pariwisata.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis berencana untuk membuat video musik dengan menerapkan teknik *live shoot* dan teknik sinematografi. Pembuatan video musik ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk sarana promosi beberapa kawasan wisata bagi Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.



1.2 Rumusan Masalah

Dengan adanya latar belakang diatas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mempromosikan destinasi wisata di beberapa kawasan yang ada pada Daerah Istimewa Yogyakarta dengan bentuk digital?
2. Bagaimana cara agar pembuatan video musik promosi tersebut menjadi menarik?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah didapatkan, maka penelitian ini didapatkan beberapa batasan permasalahan sebagai berikut :

1. Pembuatan video musik ini menggunakan teknik *live shoot* dan teknik sinematografi
2. Pembuatan video ini dilakukan di destinasi wisata pada beberapa kawasan di DIY
3. Video musik ini akan dipublikasikan pada akun media sosial Dinas Pariwisata Provinsi DIY
4. Durasi hasil video musik 4 menit
5. Kualitas video yang dihasilkan adalah Full HD, dengan resolusi 1920x1080 dengan format Mp4

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai oleh peneliti dalam penelitiannya adalah menghasilkan video musik sebagai media promosi destinasi wisata beberapa kawasan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat oleh penulis adalah :

1. Penulis mampu mengimplementasikan ilmu yang sudah didapat selama masa studi
2. Penulis mendapatkan informasi sekaligus wawasan mengenai

destinasi-destinasi wisata baru

3. Penulis mendapatkan relasi-relasi baru pada setiap lokasi produksi

Manfaat yang didapat oleh pihak Dinas Pariwisata Provinsi DIY adalah :

1. Hasil video musik dapat dijadikan sebagai dokumentasi kawasan wisata
2. Hasil video musik dapat dijadikan sebagai media promosi untuk mengenalkan kawasan wisata kepada wisatawan

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat agar penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, berikut pokok-pokok permasalahannya:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang ilmu yang berkaitan tentang video iklan dengan teknik live shoot dan motion graphic.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi singkat objek penelitian, analisis singkat objek penelitian dan perancangan video iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang pengerjaan video musik promosi Destinasi Wisata Daerah Istimewa Yogyakarta beserta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran serta daftar pustaka.