

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media Informasi, saat ini menjadi salah satu kebutuhan utama bagi setiap Orang yang ingin membawa perubahan dalam segala aspek kehidupan. Berbagai jenis teknologi informasi berkembang pesat seiring berjalannya waktu. Perkembangan yang mudah ditemui ialah penggunaan teknologi komputer seperti pembuatan media iklan Televisi. Penyampaian informasi yang jelas dan menarik akan memberikan daya tarik tersendiri bagi para pemirsa yang menonton iklan televisi tersebut.

Iklan sebagai salah satu media perubahan untuk menyampaikan informasi yang isinya membujuk khalayak ramai atau orang banyak supaya tertarik kepada barang atau jasa yang ditawarkan. Kekuatan utama dari sebuah iklan terletak pada gambar, bahasa, serta ide yang kreatif.

Candi Gebang, yang merupakan salah satu candi tertua di Yogyakarta memiliki filosofi sejarah yang begitu kental dengan kejayaan Hindu, potensi wisatanya yang cukup bagus sebagai sarana edukasi serta memiliki panorama yang tidak dimiliki oleh candi-candi lain jika dilihat dari sudut pandang tertentu, sayangnya masih banyak yang belum mengenal serta kurangnya perhatian dan promosi oleh pemerintah sekitar membuat Candi Gebang sepi pengunjung dan kurang terawat.

Pembuatan iklan televisi sebagai sarana mempromosikan wisata Candi Gebang diharapkan memberikan informasi kepada masyarakat tentang obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi

Dari permasalahan tersebut diatas maka peneliti mencoba menerapkannya dalam karya ilmiah yang berjudul **“Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Wisata Edukasi Panorama Candi Gebang dengan Drone”** dimana dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi media informasi dalam hal menyampaikan, mengenalkan ataupun mempromosikan serta sebagai upaya meningkatkan minat wisatawan dari aspek budaya dan karakter masyarakat lokal dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah dikemukakan, penulis memiliki rumusan masalah, yaitu “Bagaimana merancang dan membuat Iklan Televisi Wisata Edukasi Panorama Candi Gebang dengan Drone?”

1.3 Batasan Masalah

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

1. Iklan ini hanya menampilkan informasi tentang Wisata Edukasi Candi Gebang.
2. Pembuatan iklan menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2018, dan audacity.
3. Durasi video iklan selama 30 detik

4. Pengambilan video iklan menggunakan live shoot.
5. Rendering video menggunakan standard broadcasting televisi Indonesia, yaitu PAL HD 720 x 576p @25 fps.
6. Peneliti menawarkan pengambilan gambar menggunakan *Drone*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dari penelitian ini, penulis bermaksud untuk :

1. Merancang dan membuat Iklan Televisi Wisata Edukasi Panorama Candi Gebang dengan Drone.
2. Memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang Wisata Edukasi Candi Gebang.
3. Memvisualisasikan view Candi Gebang.
4. Memaksimalkan perangkat yang dimiliki penulis.
5. Sebagai implementasi dari apa yang telah dipelajari saat perkuliahan.
6. Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada jurusan Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Video iklan yang telah selesai dibuat diharapkan bisa digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman Khususnya pihak pengelola Candi Gebang sebagai media untuk membantu mempromosikan kepada masyarakat luas terutama wisatawan, sehingga bisa menambah jumlah pengunjung serta dapat meningkatkan pendapatan daerah maupun masyarakat lokal.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian, penulis melakukan beberapa metode penelitian.

Adapun langkah-langkah dalam penelitian ini yaitu :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dengan melakukan penelitian dan peninjauan langsung terhadap lokasi pengambilan video Iklan Wisata Edukasi Candi Gebang.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Mengumpulkan data dengan cara mewawancarai atau menanyakan langsung kepada warga sekitar atau seseorang yang berwenang dalam sebuah instansi/obyek tersebut.

1.6.2 Metode Analisis

Merupakan tahapan menganalisis system yang akan dibangun. Adapun analisis yang dimaksud adalah analisis kebutuhan system yang terdiri dari analisis kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional dengan menggunakan model analisis SWOT.

1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini, penulis akan melakukan tahap Pra Produksi seperti merancang ide, membuat storyboard, mempersiapkan peralatan yang di butuhkan, menentukan waktu yang tepat untuk pengambilan gambar. Selanjutnya penulis akan mengimplementasi ke tahap Produksi dan Pasca Produksi.

a. Produksi

Peneliti mulai melakukan pengambilan gambar sesuai dari tahapan Pra Produksi

b. Pasca Produksi

Dalam tahap ini, peneliti mulai melakukan proses *editing* video, mulai dari penyusunan video, memeriksa hasil *editing* sementara, *rendering*, *testing*, sesuai standard broadcasting.

1.6.4 Metode Implementasi

Dalam tahapan ini, penulis akan melakukan pengamatan apakah ada sebuah kesalahan dalam proses *editing* atau tidak. Apabila semua sudah sesuai dengan perencanaan, maka peneliti menyerahkan video hasil *rendering* untuk di publikasikan di salah satu stasiun Televisi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam menyusun laporan penelitian ini, untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dijalankan. Terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan sebagian besar materi berupa penguraian dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Merupakan uraian teori-teori yang mendasari pembahasan terperinci yang berhubungan dengan penelitian. Meliputi konsep dasar multimedia, konsep dasar iklan, dan system perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Berisi tentang tinjauan umum obyek penelitian, menjabarkan semua analisis termasuk analisis kebutuhan, analisis kelayakan, dan metode yang digunakan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang implementasi yang meliputi tahapan produksi dan pasca produksi pembuatan iklan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Dalam pembuatan kesimpulan diperkuat dengan bukti bukti yang ditemukan pada saat melakukan penelitian. Hal ini diharapkan bermanfaat bagi pihak lain untuk pembelajaran dan pengembangan peneliti yang akan datang.

