

# BAB I

## Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang

Seiring perkembangan teknologi media promosi elektronik salah satunya video cenderung lebih diminati daripada media promosi cetak. Dalam hal ini media promosi yang ditawarkan adalah Video Promosi yang lebih menarik dan interaktif. Salah satunya penerapan hyperlapse dan motion graphic.

Hyperlapse merupakan salah satu teknik fotografi dengan cara menggabungkan berframe-frame foto menjadi sebuah video dalam waktu yang singkat. Sedangkan motion graphic merupakan tipe animasi yang menampilkan tulisan dan grafik, misalnya penggunaan running teks dalam iklan atau opening sebuah acara Tv. Sedangkan promosi secara umum diartikan sebagai usaha untuk memberikan informasi tentang barang dan produsen melalui media cetak atau elektronik kepada customers sebanyak-banyaknya.

Hyperlapse memiliki kelebihan dibanding dengan live shot. Dalam pembuatan video live shot memerlukan begitu banyak peralatan. Sedangkan untuk membuat hyperlapse peralatan yang digunakan lebih sedikit yaitu hanya memerlukan kamera dan tripod/monpod.

Dari masalah tersebut, maka penulis akan mengangkat sebuah judul **“Implementasi hyperlapse dan motion graphic pada pembuatan video promosi wisata Gunung Api Purba”** dengan adanya media promosi ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada wisatawan dan dapat memperluas pemasaran

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah *“bagaimana membuat media promosi wisata Gunung Api Purba di Gunungkidul dengan menggunakan teknik hyperlapse dan motion graphic?”*

## 1.3. Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang telah dirumuskan, maka diperlukan batasan-batasan. Batasan-batasan penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengambilan gambar secara berkala
2. Hasil implementasi teknik hyperlapse dan motion graphic ini akan berbentuk iklan berdurasi 45 detik
3. Adapun perangkat lunak untuk mengedit Video ini adalah Adobe Premier, Adobe Photoshop, Adobe After Effect,

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian dan penyusunan Tugas Akhir ini adalah :

1. Memenuhi persyaratan kelulusan bagi jenjang D3 di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer “AMIKOM” Yogyakarta.
2. Membuat media promosi menggunakan video yang diterapkan di tempat wisata Gunung Api Purba.

#### 1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin diperoleh dalam penelitian dan penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

##### 1.5.1. Bagi Penulis :

1. Untuk penerapan ilmu yang diperoleh saat kuliah
2. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai dengan bidang multimedia, dengan membuat video promosi menggunakan alat yang minimal untuk hasil yang maksimal
3. Sebagai prasyarat kelulusan study Diploma 3 Jurusan Teknik Informatika STMIK AMIKOM YOGYAKARTA untuk memperoleh gelar Ahli Madya Komputer.

### 1.5.2. Bagi obyek wisata :

Sebagai alternatif baru dalam penyampaian informasi promosi wisata Gunung Api Purba memasuki ruang lingkup yang lebih luas dan lebih lengkap.

### 1.5.3. Bagi STMIK AMIKOM Yogyakarta

1. Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa dalam bentuk laporan tugas akhir.
2. Sebagai referensi karya ilmiah mengenai pembuatan video promosi.

### 1.6. Metode Pengambilan Data

#### 1. Studi Pustaka

Membaca dan menganalisa teknik pembuatan video promosi yang berguna untuk penulisan Tugas Akhir.

#### 2. Interview

Melakukan tanya jawab dengan pihak pengelola wisata tentang pengelolaan kawasan wisata.

#### 3. Dokumentasi (Kearsipan)

Melakukan dokumentasi rencana kerja, dokumentasi kegiatan yang dikerjakan, dokumentasi hasil kerja, dokumentasi hasil akhir dalam bentuk laporan video promosi yang siap di publikasikan.

#### 4. Observasi

Yaitu merupakan suatu teknik pengumpulan data yang efektif untuk mempelajari system, dengan cara mengamati langsung objek penelitian.

### 1.7. Sistematika Penulisan

**Bab I – Pendahuluan**, bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan laporan penelitian, hingga jadwal rencana kegiatan penelitian.

**Bab II – Dasar Teori**, menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan pembuatan Video Promosi secara detail, berupa definisi-definisi tentang multimedia, serta hal yang berkaitan langsung dengan teknik pembuatan video promosi.

**Bab III – Tinjauan Umum**, berupa gambaran umum tentang Gunung Api Purba, analisa promosi yang ada saat ini, dan analisa yang lain yang terkait dengan pembuatan video promosi Gunung Api Purba.

**Bab IV – Pembahasan**, membahas tentang implementasi Motion Graphic dan Hyperlapse yang dikerjakan, urutan-urutan pembuatan dan hasil akhir.

**Bab V – Penutup**, menyampaikan kesimpulan (jawaban dari rumusan

masalah yang terdapat di Bab I), saran pengelola Gunung Api Purba terhadap objek penelitian dan saran pengembangan video promosi yang dibuat agar dapat lebih baik dari versi sekarang.

### **Daftar Pustaka**

### **Lampiran**

