

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Multimedia saat ini telah berkembang sangat pesat. Dan penggunaan multimedia meliputi berbagai aspek kehidupan. Salah satunya yang banyak digunakan adalah video. Video dapat digunakan sebagai media promosi atau periklanan, video blog, film, media dalam presentasi, dan lain sebagainya. Semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan video untuk kepentingan mereka dari mulai bisnis sampai hanya untuk bersenang-senang. [11]

Happy Day Tour atau bisa disebut HD Tour adalah jasa tour dan wisata yang menyediakan paket tour ke banyak tujuan wisata khususnya Yogyakarta dan daerah di sekitarnya. HD Tour berdiri sejak tahun 2017 dan bermarkas di dukuh Wonosari 04/01, Karanganyar, Weru, Sukoharjo tepatnya 40km dari pusat kota Yogyakarta. Akan tetapi beroperasi dan menjemput wisatawan di Yogyakarta karena memiliki banyak wisatawan yang datang baik lokal maupun manca negara.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa happy day tour belum banyak dikenal calon wisatawan yang ingi berwisata khususnya di Yogyakarta maka Happy Day Tour membutuhkan sebuah media untuk menginformasikan paket tour dan tujuan wisata yang sedang hits khususnya di Yogyakarta yang selama ini hanya di kenal melalui gambar gambar di sosial media khususnya Instagram maka dari itu dibutuhkan iklan dalam bentuk video dan menampilkan setiap tempat wisata yang di tawarkan dari HD Tour. Dalam video ini akan menggunakan teknik live shoot akan tetapi hasil video yang di dapatkan akan monoton, karena masalah ini maka membutuhkan teknik editing jadi time remapping akan mengubah video yang monoton menjadi lebih menarik dalam menyampaikan informasi kepada calon wisatawan.

Dengan melihat permasalahan diatas, peneliti bermaksud untuk membuat video promosi HD Tour dengan tujuan agar HD Tour dapat memberikan informasi tentang paket wisata dan tujuan wisata secara jelas kepada calon wisatawan. Maka dari itu dalam penelitian ini mengambil judul “Perancangan Video Promosi pada Happy Day Tour Menggunakan Teknik Time Remapping Live Shoot”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan diatas, maka dapat diperoleh beberapa masalah yang menarik untuk dipecahkan, yaitu: Bagaimana merancang video promosi pada happy day tour menggunakan teknik time remapping live shoot yang layak digunakan sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka peneliti memberikan batasan masalah :

1. Objek penelitian dilakukan pada Happy Day Tour.
2. Video iklan Happy Day Tour digunakan sebagai media periklanan, promosi, informasi dan hal lain yang berhubungan dengan Happy Day Tour.
3. Pembuatan video iklan ini akan di uji coba kepada pihak Happy Day Tour apakah informasi yang disampaikan sudah sesuai atau belum.
4. Penelitian di lakukan menggunakan teknik time remapping.
5. Penulis hanya membahas live shoot dan tidak membahas dampak dari iklannya.
6. Video iklan akan diunggah disosial media Instagram dengan format video yang digunakan adalah rasio 16:9 (1440x1080).
7. Video iklan ini berdurasi 1 menit.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, yaitu :

1. Membuat video promosi yang memberikan informasi mengenai Happy Day Tour menggunakan Teknik time remmapping live shoot.
2. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan program pendidikan strata satu Sarjana Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan diatas, maka harapannya penelitian ini dapat bermanfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Happy Day Tour
Mempunyai media promosi dalam bentuk video sehingga dikenal banyak orang khususnya calon wisatawan yang datang ke Yogyakarta.
2. Bagi penulis.
 - a. Menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang pernah diperoleh saat kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.
 - b. Sebagai salah satu syarat kelulusan program studi Strata I jurusan Teknik Informatika UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom).
3. Bagi Pembaca.
 - a. Menambah ilmu pengetahuan tentang Teknik Time Remapping Live Shoot
 - b. Memberikan inspirasi dalam pembuatan video.
4. Bagi Pengguna:
 - a. Mempermudah pengguna dalam mencari informasi tempat wisata.
5. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta:
 - a. Menambah bacaan untuk perpustakaan sehingga dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa terutama mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer.
6. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Dengan adanya penelitian ini penulis berharap bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan Perancangan Video Promosi pada Happy Day Tour Menggunakan Teknik Time Remapping Live Shoot”

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, maka penulis melakukan beberapa langkah sebagai berikut.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai objek dan permasalahan yang akan diteliti.

2. Observasi

Metode ini digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengamati dan menentukan poin-poin penting yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

3. Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

1.7 Metode Analisis Data

Penulis menggunakan metode SWOT (*Streught, Weaknesses, Opportunities and Threat*).[1]

1.8 Metode Perancangan Iklan

Penulis merancang proses pra produksi yang nantinya bisa mempermudah dalam proses pembuatan iklan.

1.9 Sistematika Penulisan [9]

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, dasar-dasar editing video, dasar-dasar efek visual dan software yang digunakan dalam proses editing video.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah iklan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan.

BAB V. PENUTUP

Bagian ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.