

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Waduk Sermo merupakan sebuah waduk yang berada di Kabupaten Kulonprogo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Waduk sermo ini sebenarnya mempunyai potensi wisata yang sangat bagus, namun belum banyak yang mengetahui potensi wisata yang ada diwaduk sermo tersebut.

Mengingat waduk sermo punya potensi wisata yang bisa menjadikan waduk sermo tersebut menjadi objek wisata unggulan di kulonprogo, maka dibutuhkan suatu media promosi untuk mempromosikan dan memberikan informasi agar para wisatawan mengetahui potensi wisata yang ada diwaduk sermo. Media informasi pariwisata berupa video ini bertujuan untuk menunjukkan potensi wisata yang ada waduk sermo kepada wisatawan. Dalam pembuatan video promosi ini peneliti menggunakan teknik *Motion graphic* dan teknik *Aerial*.

Motion graphic adalah kegiatan penggabungan dari ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi dengan menggunakan teknik animasi atau bisa diartikan sebagai grafis gerak. *Motion graphic* ini digunakan untuk memberikan gambaran dan penjelasan tentang waduk sermo tersebut

Teknik *Aerial* adalah kegiatan mengambil gambar dari udara yang mana akan memberikan sudut pandang yang spektakuler dan dramatis dari sebuah objek atau lokasi. Dengan teknik *Aerial* maka pemandangan dapat terlihat secara keseluruhan dan menakjubkan yang biasanya mustahil untuk diabadikan dari permukaan tanah.

Dari masalah tersebut maka penulis bertujuan untuk membuat video promosi yang bisa memberikan informasi tentang potensi wisata yang ada diwaduk sermo dan meningkatkan daya tarik wisatawan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana membuat video promosi wisata waduk sermo menggunakan teknik *Aerial* dan *Motion Graphic* yang bisa memberikan informasi tentang potensi yang ada dan meningkatkan daya tarik wisatawan?.

1.3 Batasan Masalah

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

1. Pada video promosi ini akan menampilkan informasi potensi wisata di Waduk Sermo yaitu :
 - Penjelasan apa itu Waduk Sermo.
 - Letak Waduk Sermo.
 - Memberikan gambaran potensi wisata di Waduk Sermo.
 - Menampilkan keindahan waduk sermo.
2. Video promosi yang dibuat berdurasi 2 menit 10 detik.
3. Video promosi ini menggunakan teknik *Aerial* dan *Motion Graphic*.
4. Video promosi ini akan ditayang kan dimedia sosial youtube.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis menetapkan maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat video promosi menggunakan teknik *Aerial* dan *Motion Graphic* untuk mempromosikan Waduk Sermo.
2. Untuk meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap objek wisata Waduk Sermo.
3. Memberikan informasi agar para wisatawan mengetahui potensi yang ada di Waduk sermo.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari “Analisis dan Perancangan Video Promosi Wisata Waduk Sermo menggunakan Teknik Aerial dan Motion Graphic” yaitu:

1. Membantu mempromosikan Waduk Sermo kepada calon wisatawan.
2. Memberikan gambaran kepada calon wisatawan tentang keindahan Waduk Sermo.
3. Meningkatkan pemahaman dalam membuat sebuah media promosi.

1.6 Metode penelitian

1.6.1 Metode pengumpulan data

1. Metode Observasi

Pada metode ini dilakukan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada lokasi Waduk Sermo.

2. Metode wawancara

Pada metode ini dilakukan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung kepada pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang akurat.

3. Metode Studi pustaka

Pengumpulan data melalui buku, literatur, dan sumber referensi yang lain yang mendukung skripsi ini.

1.6.2 Metode Analisis

1. Analisis SWOT

Analisis kebutuhan dalam proses identifikasi pada penelitian.

2. Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang berhubungan langsung dengan penelitian ini.

3. Kebutuhan Non-Fungsional

Analisis kebutuhan non-fungsional bertujuan untuk mengetahui perangkat keras dan perangkat lunak apa saja yang dibutuhkan selama pembuatan video infografis tersebut.

1.6.3 Metode Perancangan

a. Pra Produksi

Tahap Pra Produksi merupakan tahap peencanaan. Disini semua hal yang berkaitan dengan pembuatan *motion graphic* dan perekaman *footage Aerial* dipersiapkan. Seperti membuat konsep video promosi, membuat naskah dan membuat *sotryboard*.

b. Produksi

Tahap produksi merupakan tahap memproduksi semua kebutuhan yang sudah ditentukan saat tahap pra produksi seperti pembuatan motion dan melakukan perekaman footage aerial di Waduk Sermo.

c. Pasca Produksi

Merupakan bagian terakhir dari rangkaian proses pembuatan. Video akan di edit dan disempurnakan sehingga menjadi hasil video yang sudah jadi.

1.6.4 Metode Testing

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian apakah video yang telah dibuat sesuai dengan apa yang dibutuhkan untuk promosi tersebut, serta apakah pesan dan isi yang disampaikan dalam video tersebut dapat dimengerti dan dipahami.

1.6.5 Evaluasi

Melakukan uji kelayakan video promosi, apakah sudah layak untuk ditayangkan atau tidak. Sehingga dapat diketahui tercapai atau tidaknya tujuan dari penelitian ini.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai isi dari skripsi ini, maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Didalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian.

BAB III ANALISIS dan PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil waduk sermo, analisis video yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan video.

BAB IV IMPLEMENTASI dan PEMBAHASAN

Didalamnya menjelaskan tentang pembuatan video promosi pada Waduk Sermo dan hasil pengujian terhadap video yang dibuat

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dibuat.

LAMPIRAN