

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan teknologi multimedia banyak instansi ataupun perusahaan memanfaatkan dengan cara membuat video promosi yang bertujuan untuk mengenalkan tempat, koleksi, produk maupun jasa yang mereka sediakan. Karena dengan menggunakan multimedia dalam penyampaian sebuah informasi akan lebih menarik dibandingkan dengan tanpa multimedia, salah satu yang sedang ditemui pada multimedia yang sering digunakan pada perusahaan yaitu iklan di media sosial youtube dengan menggunakan video maupun animasi serta menggunakan media cetak dengan desain gambar yang menarik.

Museum Bahari Yogyakarta adalah Museum pribadi milik Kasum TNI Laksamana Madya Y. Didik Heru Purnomo yang didirikan pada bulan April 2009. Pendirian Museum Bahari di kota budaya ini berlatar belakang rasa cinta Laksdya Didik Heru Purnomo kepada Angkatan Laut khususnya dan dunia maritim pada umumnya. Kecintaan laksamana bintang tiga itu terhadap TNI Angkatan Laut kemudian diwujudkan dengan mendirikan sebuah museum di rumah pribadi keluarganya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Selama ini Museum Bahari Yogyakarta kurang diketahui oleh masyarakat luas, karena kurangnya media yang menginformasikan tentang keberadaan museum tersebut. Oleh karena itu diperlukan sebuah sarana media untuk mempromosikan Museum Bahari Yogyakarta kepada Masyarakat luas, agar perjuangan Laksdya

Didik Heru Purnomo kepada Angkatan Laut tidak sia-sia dan dapat di nikmati oleh masyarakat luas.

Berdasarkan keterangan diatas diperlukan sebuah sarana media untuk mempromosikan Museum Bahari agar dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat memberikan sebuah informasi yang lengkap. Oleh karena itu penulis ingin mengembangkan suatu media digital yang digunakan untuk mempromosikan Museum tersebut dengan judul “Perancangan Video Promosi Wisata Museum Bahari Dengan Menggunakan Teknik *Live Shoot* dan Teknik *Motion Graphic* Sebagai Sarana Wisata Edukasi Maritim”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yakni, “Bagaimana cara membuat video promosi yang baik serta dapat menyampaikan informasi yang jelas, sehingga Museum Bahari dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat?”

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas penulis membatasi ruang lingkup pembahasa, yaitu :

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video promosi ini menggunakan teknik *live shoot*, dan *motion graphic*.

2. Pembuatan video promosi dalam penelitian ini meliputi pra-produksi, produksi dan paska-produksi.
3. Target video promosi ini berdurasi 4 - 5 menit.
4. Kualitas video promosi yang dihasilkan adalah HDTV 1080p 30 High Quality Video, 1920 x 1080 Full HD Video Size dengan type data (.mp4).
5. Video promosi ini mencakup tentang profil dan koleksi yang ada di Museum Bahari Yogyakarta.
6. Beberapa software pendukung yang digunakan untuk proses editing dan perancangan diantara adalah : Adobe Premiere CC 2017, Adobe After Effect CC 2017, Corel Draw X7, Adobe Photoshop CS6, Adobe Audition CC 2017

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk Mempromosikan Museum Bahari Yogyakarta agar semua kalangan masyarakat bisa mengetahui Museum Bahari Yogyakarta khususnya generasi muda, Selain itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi dan mempromosikan Museum Bahari Yogyakarta dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* untuk melakukan pembuatan Vodeo Promosi Museum Bahari Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini, yaitu :

1. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komputer pada jurusan Informatika di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Bagi pihak Museum Bahari Yogyakarta dengan dibuatnya video promosi ini dapat menarik masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke Museum Bahari Yogyakarta.
3. Penulis dapat memperoleh wawasan secara nyata dari penelittian yang telah dilakukan.

## **1.6 Metode Penelitian**

Dalam pembuatan skripsi ini penulis memerlukan data yang lengkap dan benar, penulis mengharapkan dengan adanya data yang lengkap dapat membantu kelancaran penyusunan skripsi sampai akhir.

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.6.1.1 Studi Pusaka**

“Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap berbagai buku, literatur, catatan serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan”(menurut Nazir 1998). Metode tersebut dilakukan dengan mempelajari dari berbagai referensi, jurnal, maupun buku-buku yang membahas tentang video promosi serta teknik *live shoot* dan *motion graphic*.

### 1.6.1.2 Observasi

“Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data, dimana peneliti mengamati secara langsung pada objek penelitian”(Riduwan, 2004 : 104). Sehingga dalam pengamatan tersebut data yang didapatkan akurat. Berikut merupakan data yang didapatkan dari hasil observasi :

1. Sejarah singkat Museum Bahari Yogyakarta
2. Struktur organisasi
3. Tujuan didirikannya Museum Bahari Ygyakarta

### 1.6.1.3 Wawancara

“Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik”(Setyadin dalam Gunawan, 2013 : 160). Metode tersebut dilakukan dengan berkomunikasi langsung dengan pengelola Museum Bahari Yogyakarta. Dengan mengajukan pertanyaan berkaitan dengan video promosi yang akan dibuat. Berdasarkan wawancara tanggal 13 Oktober 2018 diperoleh informasi sebagai berikut :

1. Sistem promosi yang digunakan selama ini yaitu dari media manual poster dan banner pada saat pameran museum se DI Yogyakarta dan dari mulut ke mulut.
2. Pihak pengelola Museum Bahari Yogyakarta menginginkan sistem informasi yang meluas yang dapat diketahui oleh semua kalangan masyarakat dalam daerah maupun luar daerah.

### 1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan menggunakan metode analisis kebutuhan fungsional dan non fungsional. Analisis kebutuhan fungsional digunakan untuk mengetahui hal apa saja yang dilakukan oleh sistem. Sedangkan analisis kebutuhan non fungsional digunakan untuk mengetahui spesifikasi sistem.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan adalah tahap-tahap bagaimana video ini dimulai dengan, pra-produksi, produksi dan pascaproduksi. Tahap perancangan ini dibuat sesuai dengan kebutuhan dari Museum Bahari Yogyakarta.

### 1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan adalah tahapan dimana dilakukan pemeriksaan kembali hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan video promosi dan menentukan hasil untuk dapat melakukan tahap pasca produksi.

### 1.6.5 Metode Testing

Pada tahap testing, Video Promosi yang dihasilkan dari proses *rendering* diamati kembali secara teliti hingga dipastikan video promosi tersebut sudah selesai dengan rancangan awal pada tahap pra produksi, yang kemudian diserahkan kepada pihak Museum Bahari Yogyakarta, serta meng upload ke youtube dan akan di lanjutkan ke evaluasi.

### **1.6.6 Evaluasi**

Pada tahap evaluasi, setelah video promosi diserahkan kepada pihak Museum Bahari Yogyakarta dan di perlihatkan masyarakat umum maka akan diberi tanggapan mengenai video promosi yang telah dibuat.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman terhadap penelitian ini, maka pembahasan di bagi beberapa bab sesuai dengan pokok permasalahannya yaitu :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

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

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini memberikan penjelasan mengenai tinjauan pustaka yaitu tentang penelitian dengan tema yang sama dengan tujuan untuk dijadikan referensi penulis, dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diambil penulis. Teori ini diambil dari literatur, dokumentasi, serta informasi dari berbagai pihak.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Dalam bab ini terdapat tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis masalah, solusi yang diberikan, analisis kebutuhan dan rancangan video promosi.

#### **BAB IV PEMBAHASAN dan IMPLEMENTASI**

pembahasan dan Implementasi merupakan tahapan mengenai apa yang penulis lakukan dalam pengembangan aplikasi, testing hingga evaluasi dari pihak instansi mengenai video ini.

#### **BAB V PENUTUP**