

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang saat ini sedang digiatkan oleh pemerintah Indonesia bahkan banyak negara didunia. Sektor wisata dapat didorong secara positif untuk dapat menggantikan sektor minyak dan gas yang selama ini menjadi modal utama sebagai sektor dalam menambah devisa negara. Selain itu, sektor pariwisata dapat memberi dampak yang sangat luas terhadap berbagai sektor usaha mulai dari industri rumahan. Hal ini yang membuat negara maju maupun negara berkembang berlomba – lomba untuk meningkatkan dan mengembangkan mutu pariwisata. Ada beberapa langkah yang dilakukan untuk meningkatkan sektor pariwisata antara lain membuat iklan yang bagus, memperbaiki sarana dan prasarana (infrastruktur), menjamin keamanan, mengenalkan tempat wisata kepada wisatawan domestik [1].

Kabupaten Nganjuk, memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan sektor pariwisata daerahnya. Nganjuk terkenal dengan wisata alam berupa air terjun. Di desa Ngliman memiliki 6 air terjun antara lain air terjun Sedudo, Singokromo, Banyu cagak, Segunting, Gedangan dan Banyu Slawe. Salah satu yang sudah dikelola adalah air terjun Sedudo, berada pada ketinggian 1.438 meter diatas permukaan laut dan ketinggian air terjun 105 meter. Potensi wisata alam air terjun Sedudo telah didukung dengan akses transportasi yang baik. Sarana dan prasarana yang lengkap, mulai dari Mushola, aula, toilet, ruang ganti pakaian, taman bermain anak – anak, parkir motor dan mobil, warung makan dan toko merchandise. Berdasarkan laporan pendapatan wisata air terjun Sedudo

bulan januari sampai bulan september 2017 baru terealisasi 35.357 pengunjung, dari rencana pengunjung sebanyak 60.000 orang.

Media informasi untuk mempromosikan air terjun Sedudo saat ini menggunakan media berupa baliho dan banner. Dalam hal ini, media baliho dan banner mempunyai kelemahan dari segi ketahanan. Serta lokasi baliho yang terletak hanya dalam kota dan perbatasan antar kabupaten. Minim media informasi untuk mempromosikan air terjun Sedudo merupakan hal yang membuat air terjun Sedudo kurang diminati oleh masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu, dibutuhkan media promosi yang tepat seperti periklanan dalam bentuk video untuk menarik wisatawan berkunjung ke air terjun Sedudo.

Dalam periklanan, warna berdampak memberikan kecocokan dengan objek periklanan, sehingga didapat dampak yang maksimal dari media iklan tersebut. Untuk memvisualisasikan iklan wisata air terjun Sedudo, peneliti menggunakan teknik *color grading* untuk meningkatkan warna dengan menekankan warna biru dan warna orange (*orange teal color grading*). Warna biru memberikan kepercayaan, kesejukan, dan ketenangan sedangkan warna orange (kombinasi merah dan kuning) melambangkan keceriaan, kehangatan dan persahabatan [2].

Iklan wisata alam tidak lepas dari pemandangan dan keindahan alam disekitarnya, banyak kejadian alam yang cocok dijadikan bahan dalam pembuatan iklan seperti matahari terbit atau tenggelam. Untuk mengambil momen ini dalam *real time* atau kecepatan normal membutuhkan waktu yang lama dan memori yang sangat besar. Untuk memvisualisasikan kejadian alam tersebut peneliti menggunakan teknik *timelapse*. Tujuan pembuatan video

timelapse adalah merekam pergerakan atau perubahan objek yang terjadi secara lambat, namun bisa dilihat dalam waktu singkat [3].

Berdasarkan hal diatas, iklan ini dibuat untuk menunjukkan keunggulan potensi air terjun Sedudo dengan menggunakan teknik *color grading* dan ditambahkan teknik *timelapse*. Diharapkan dengan sistem ini, masalah penyampaian informasi lebih mudah dimengerti dan menarik masyarakat. Peneliti berharap setelah adanya video iklan ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke air terjun Sedudo sehingga akan menjadikannya satu dari sekian banyak tempat wisata di kabupaten Nganjuk yang wajib untuk dikunjungi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik sebuah rumusan masalah yakni, Bagaimana teknik *color grading* dan *timelapse* dapat diterapkan dalam pembuatan iklan wisata ini?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada pembuatan iklan ini adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro, Adobe Audition, dan Celtx.
2. Menggunakan teknik *color grading* dan *timelapse*.
3. Video iklan berdurasi kurang lebih 2 menit.
4. Hasil akhir iklan menggunakan format .mp4 dengan resolusi HD *High Definition* 1920 x 1080.
5. Iklan di publikasikan pada *Youtube Adsense*.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari pembuatan iklan air terjun sedudo sebagai berikut :

1. Menerapkan teknik *color grading* dan *timelapse* dalam pembuatan iklan.
2. Sebagai media informasi kepada masyarakat umum mengenai potensi wisata air terjun Sedudo.
3. Memudahkan pengelola wisata dalam menyampaikan promosi kepada masyarakat.

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menjadi referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian lanjutan terkait dengan tema penelitian yang sama.
2. Menambah pengetahuan tentang teknik *color grading* dan *timelapse*.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian sangat diperlukan untuk mendapatkan bukti kebenaran suatu konsep dan teori yang diperoleh serta untuk menemukan dan menguji suatu pengetahuan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian Kualitatif.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Selain menggunakan metode penelitian, peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa :

1. Studi Pustaka

Peneliti melakukan pengumpulan data dari catatan kuliah semester 1 sampai semester 6, buku, artikel, jurnal dan juga melakukan *browsing* internet di kos maupun kampus dari bulan April 2017 untuk mendapatkan informasi mengenai hal yang berkaitan dengan pembuatan iklan menggunakan teknik *color grading* dan *timelapse*.

2. Metode observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti, sehingga di dapat data yang akurat. Peneliti melakukan observasi di tempat wisata air terjun Sedudo pada bulan September 2017.

3. Metode Wawancara

Peneliti melakukan tanya jawab pada bulan september 2017 dengan pihak pengelola wisata kepada bapak Sukadi selaku kepala pengelola tempat wisata air terjun Sedudo, untuk mendapatkan informasi mengenai topik yang diketahui narasumber tersebut.

4. Metode Pembuatan Iklan

Ada 3 tahapan metode pembuatan iklan wisata air terjun Sedudo antara lain tahapan Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.

5. Metode uji coba (Testing)

Penulis akan melakukan pencocokan gambar dari *storyboard* yang telah dibuat secara keseluruhan sudah sesuai atau belum, kemudian diimplementasikan di tempat penelitian.

6. Metode implementasi

Pada tahap ini sistem diimplementasikan secara keseluruhan sebagai akhir dari pembangunan perangkat lunak atau menerapkan uji coba pada objek. Iklan akan di publikasi menggunakan *Youtube Adsense* dalam jangka waktu 3 hari penayangan iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini akan menguraikan latar belakang masalah pembuatan iklan, rumusan masalah, batasan masalah dan maksud tujuan dari pembuatan iklan air terjun Sedudo, metodologi dan juga sistematika penulisan.

2. Bab II Landasasn Teori

Pada bab ini akan dijelaskan landasan teori yang akan mendukung penelitian ini.

3. Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini akan dijelaskan secara rinci tentang penelitian yang dilakukan.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini akan dijelaskan tentang proses pembuatan iklan air terjun Sedudo, rancangan, alur produksi, perangkat lunak yang digunakan, hasil akhir dan pembahasan.

5. Bab V Penutup

Bab ini akan memuat tentang kesimpulan akhir dari rumusan masalah yang dikemukakan sebagai hasil dari keseluruhan pembahasan pada Bab I, II, III dan IV yang berupa kesimpulan dan saran sebagai jawaban dan bahan penyempurnaan penelitian.

