

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa berkembangnya teknologi yang dapat terbilang sangat pesat ini membuat banyak audiensi memiliki kecenderungan terhadap kebutuhan informasi. Informasi dapat disalurkan dengan berbagai cara di antaranya secara langsung dan tidak langsung. Informasi juga sangat bervariasi dalam penggunaan media untuk publikasinya yang kini populer dikenal dengan sosial media.

Trend terhadap media sosial ini sebagai media komunikasi sangat mempengaruhi dan dapat juga membantu sebuah usaha atau brand dalam mempromosikan produk yang mereka geluti. Multimedia adalah media yang menggabungkan dua unsur atau lebih media yang terdiri dari teks, grafik, gambar, foto, audio, dan animasi secara terintegrasi. Multimedia terbagi menjadi dua kategori, yaitu multimedia linear, dan multimedia interaktif. Fungsinya diantaranya adalah untuk menggali dan memyuguhkan informasi dalam bentuk dan sarana yang mudah dipahami, praktis, dan interaktif.

Multimedia interaktif merupakan perpaduan antara berbagai media (format file) yang berupa teks, gambar (vektor atau bitmap), grafik, sound, animasi, video, interaksi, dll. Yang telah dikemas menjadi file digital (komputerisasi), digunakan untuk menyampaikan pesan kepada publik [1]. Multimedia mempunyai kegunaan memperjelas penyajian materi, mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan daya indera, serta dapat mengatasi sikap pasif dari calon pengunjung. Kunjungan yang dimaksud salah satunya kunjungan terhadap tempat pariwisata.

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang sangat strategis dan menimbulkan dampak berganda (Multiplier Effect), baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga memberikan keuntungan terhadap sektor sosial, budaya, pendidikan, lingkungan dan ekonomi negara.

Kunjungan wisatawan ke daerah tujuan wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah daya tarik wisata. Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan ditegaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu

yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan [2].

Dalam situasi saat ini, virus corona bukanlah situasi berupa pandemi yang dapat diabaikan. Melihat gejalanya, rata-rata orang menderita flu biasa, tetapi analisis medis menunjukkan bahwa virus ini sangat berbahaya dan berbahaya. Bahkan di tahun 2020, evolusi infeksi virus ini sangat penting dan telah menyebar ke seluruh dunia dan semua negara, termasuk Indonesia sebagai salah satu negara merasakan dampaknya [2].

Pemerintah khususnya Indonesia telah mengeluarkan status darurat bencana terhitung mulai tanggal 29 Februari 2020 hingga 29 Mei 2020 terkait pandemic virus ini dengan jumlah waktu 91 hari dimana terdapat beberapa kebijakan yang dilakukan pemerintah terkait penanganan kasus covid 19 diantaranya Kebijakan berdiam diri di rumah, Kebijakan Pembatasan Sosial, Kebijakan Pembatasan Fisik, Kebijakan Penggunaan Alat Pelindung Diri, Kebijakan Menjaga Kebersihan Diri, Kebijakan Bekerja dan Belajar di rumah, Kebijakan Menunda semua kegiatan yang mengumpulkan orang banyak, Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar, dan Kebijakan pemberlakuan kebijakan New Normal [3].

Peramalan dan pengurangan jumlah orang yang terinfeksi virus corona di Indonesia sedang dilaksanakan di semua wilayah. Secara khusus, dengan diberlakukannya kebijakan pembatasan aktivitas di luar rumah, aktivitas sekolah dapat dihentikan, bekerja dari rumah (*working from home*), atau bahkan aktivitas ibadah. Tentu saja, ini adalah kebijakan pemerintah berdasarkan pertimbangan yang ditelaah dengan cermat [2].

Guna mengelola dan melindungi kekayaan alam dan daya tarik pariwisata, pemerintah tidak hanya mengaturnya dalam Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan akan tetapi juga menjaga kualitas lingkungannya sesuai Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang pengelolaan lingkungan hidup.

Salah satu kawasan wisata yang dapat diangkat peneliti untuk menguraikan fungsional dari multimedia yaitu pada Taman Nasional Tanjung Puting yang dirasa

membutuhkan bantuan terhadap branding dari tempat wisata tersebut agar lebih dikenal oleh khalayak yang lebih luas lagi.

Pada kenyataannya, belum banyak penelitian yang menyatakan urgensi pentingnya edukasi terhadap keindahan aset alam yang secara alami dapat dinikmati oleh banyak audiensi. Peneliti menilai bahwa peran teknologi interaktif atau multimedia ini mampu memberikan pemahaman terhadap pemerintah terhadap resiko yang akan terjadi jika pengelola tempat wisata tidak melakukan pemasaran yang cukup dan mudah dipahami.

Oleh karena itu, peneliti berminat untuk mengimplementasikan ilmu multimedia untuk membuat sebuah media interaktif berbasis multimedia untuk memberikan edukasi yang dipaparkan sehingga pengelola dapat mempromosikan sekaligus memberikan berbagai informasi yang penting kepada khalayak umum khususnya menggunakan media sosial untuk mengimplementasikannya.

Alasan pemilihan *masking transition* dikarenakan teknik ini tidak terpaku ketika suatu footage lewat horizontal ataupun vertikal sehingga perpindahan transisi antar footage yang ingin di *masking transitions* melewati kamera secara langsung akan menutupi kamera bagian atas dan bawah.

Pemilihan teknik selanjutnya yaitu *time remapping* yaitu dikarenakan kemampuannya untuk membuat pengulangan gerakan, mengatur kecepatan dari sebuah gerakan footage Taman Nasional Tanjung Puting yang semuanya bisa dilakukan dalam sebuah layer tanpa memotong layer tersebut sehingga diperlukan keyframe untuk mengatur titik-titik gerakan di dalam satu sumber dari layer. Waktu diantara titik-titik yang telah ditentukan dapat di perpanjang, diperpendek, dilambatkan, dipercepat dari sumber gambar.

Penerapannya adalah dengan menempatkan subjek berjalan membelakangi kamera sebagai objek kemudian seiring video berputar maka layer berikutnya akan menampilkan scene lain. Hal ini dinilai penulis sangat unik dan merepresentasikan bahwa kreativitas dalam pemilihan teknik visualisasi akan berpengaruh terhadap bagaimana penonton akan tertarik terhadap iklan tempat wisata di Taman Nasional Tanjung Puting ini.

Alasan penentuan *timelapse* sebagai teknik ketiga yaitu memungkinkan untuk mengekspose setiap bingkai berdasarkan selang waktu yang telah ditetapkan dari awal. Bila direkam dan diputar ulang dengan kecepatan normal akan terlihat proses yang sesungguhnya melalui waktu panjang kedalam waktu yang dipadatkan sehingga visualisasi berupa video dapat memotret kontinuitas tempat wisata di Taman Nasional Tanjung Puting dengan interval waktu tertentu.

Teknis pengambilannya adalah dengan mengambil rangkaian video selama durasi waktu tertentu yang akan diatur secara manual oleh peneliti berhubungan dengan *frame rate*, *apperture*, *shutter speed* dan lain sebagainya.

Sehingga meskipun dengan durasi video yang telah dibatasi oleh media yang digunakan untuk publikasi diharapkan tiga kombinasi teknik yang dipilih akan mampu menghasilkan sebuah video persuasif bagi calon konsumen dalam jangkauan yang lebih luas.

Berdasarkan penjabaran di atas, penulis ingin turut ikut serta untuk menghasilkan sebuah media berupa video sebagai media promosi sekaligus implementasi teknik editing multimedia yaitu *masking transition*, *time remapping*, dan *timelapse* menggunakan aplikasi berbasis dekstop *Adobe Premiere Pro CC*. Penelitian ini diharapkan mampu menerapkan teknik tersebut untuk mengedukasi dan membuka peluang pasar wisata sehingga baik langsung maupun tidak langsung sektor perekonomian di Taman Nasional Tanjung Puting menjadi semakin besar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada penjabaran poin sebelumnya didapatkan rumusan masalah yang dijabarkan di bawah ini.

1. Bagaimana Implementasi Teknik *Masking Transition*, *Time Remapping*, Dan *Timelapse* pada pembuatan video Taman Nasional Tanjung Puting berbasis multimedia interaktif yang akan dipublikasikan di Instagram?
2. Bagaimana video interaktif yang dihasilkan mampu memberikan edukasi kepada masyarakat pada Taman Nasional Tanjung Puting?

1.3 Batasan Masalah

Setelah rumusan masalah ditemukan selanjutnya peneliti akan memaparkan batasan masalah yang ada pada penelitian ini.

1. Objek Penelitian adalah kawasan Taman Nasional Tanjung Puting.
2. Media Interaktif diwujudkan dalam bentuk video berdurasi maksimal 60 detik.
3. Hasil output berupa video iklan ini mengimplementasikan Teknik *Masking Transition*, *Time Remapping* Dan *Timelapse*.
4. Metode kuisisioner yang akan digunakan oleh peneliti guna melakukan perhitungan yaitu formulir menggunakan skala likert.
5. Platform yang digunakan untuk implementasi yaitu Instagram.
6. Untuk proses editing dan compositing menggunakan software editor video yaitu Adobe Premiere Pro CC.
7. Video ini akan berorientasi landscape dengan Format video menggunakan MP4 H.264 dengan resolusi *Full HD 1080p (1920 x 1080 pixel)*.
8. Penelitian ini akan berakhir apabila pihak objek penelitian telah mengupload video yang dimaksudkan untuk promosi Taman Nasional Tanjung Puting.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab rumusan masalah pada poin rumusan masalah yang dijabarkan pada poin di bawah ini.

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi Teknik *Masking Transition*, *Time Remapping*, dan *Timelapse* pada pembuatan video Taman Nasional Tanjung Puting berbasis multimedia interaktif yang akan dipublikasikan di sosial media.
2. Untuk mengetahui bagaimana video interaktif yang dihasilkan mampu memberikan edukasi kepada masyarakat pada Taman Nasional Tanjung Puting.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis pada penelitian berbasis media interaktif ini yaitu.

1. Manfaat bagi Universitas Amikom Yogyakarta.

Sebagai dokumen pendukung pengembangan, referensi dalam bidang keilmuan multimedia interaktif serta menjadi sumbangan penelitian kepada Universitas Amikom Yogyakarta.

2. Manfaat bagi Peneliti.

- a. Sebagai bahan skripsi dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan tingkat sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta.
- b. Menjadi salah satu penelitian untuk memberikan kontribusi terhadap penelitian sebelumnya berkaitan media interaktif untuk memberikan informasi mengenai Taman Nasional Tanjung Puting.
- c. Memberi pemahaman baru baik teoritis maupun praktis bagi peneliti terkait pengembangan ilmu multimedia yang berorientasi terhadap kebutuhan objek penelitian.
- d. Sebagai pengalaman bagi peneliti serta menjadikannya sebuah pengetahuan dalam melakukan perancangan dan penerapan ilmu multimedia ke dalam kehidupan sehari-hari.

3. Manfaat bagi Objek Penelitian.

Sebagai media teknik membangun media interaktif untuk memberikan informasi mengenai Taman Nasional Tanjung Puting. Serta diharapkan mampu membantu kawasan tersebut sebagai objek penelitian untuk mengedukasi dan memasarkan secara efektif, sehingga cakupan promosi dapat menjadi semakin luas.

1.6 Metode Penelitian

Berikut ini adalah penjabaran cara yang digunakan penulis untuk memperoleh data-data pendukung yang akan digunakan sebagai kebutuhan penelitian.

1. Metode Pengumpulan Data

Metode-metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh data adalah sebagai berikut.

a. Metode Observasi

Observasi dimaksudkan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang akan diteliti pada Taman Nasional Tanjung Puting. Dalam pengumpulan informasi ataupun data yang akan digunakan, penulis melakukan riset terhadap beberapa video yang tersedia secara *online* serta memiliki keterkaitan dengan teknik maupun metode yang digunakan oleh penulis.

b. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang bersifat fakta yang diambil dari perspektif narasumber.

c. Metode Kuisioner

Kuisioner yang dimaksudkan disebar secara manual di kawasan Taman Nasional Tanjung Puting untuk mengukur kepuasan respon pekerja/turis, dan masyarakat terhadap pembuatan media interaktif menggunakan skala likert.

2. Metode Analisis

Metode lama menganalisis kelemahan sistem menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT disini digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats. Alasan pemilihan metode tersebut dikarenakan kajian kepustakaan yang dilakukan oleh peneliti akan memperkuat data yang diolah dan didapatkan dari tahap observasi.

3. Metode Perancangan

Metode perancangan akan dilakukan sebelum kegiatan pra-produksi yang termasuk beberapa persiapan, yaitu perancangan ide dan konsep, pembentukan tim dan pembuatan *storyboard*.

4. Metode Pengembangan

Metode pengembangan dilakukan dengan melalui tahap produksi dan pra produksi untuk mengetahui kesesuaian konsep dan kebutuhan video edukasi serta mencari hasil untuk mencapai tahap pasca produksi.

5. Metode Pengujian

Tahap pengujian pembuatan video iklan guna menentukan kelayakan penayangan pada sosial media dengan membuat sebuah kuesioner untuk mengukur bagaimana dan apakah respon pengunjung terhadap video.

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah sistematika penulisan pada penelitian ini.

BAB I : PENDAHULUAN

Menjabarkan mengenai awal mula permasalahan secara umum terkait pengolahan video yang mencakup beberapa poin yaitu Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan studi literatur/tinjauan pustaka dan dasar teori yang digunakan sebagai rujukan atau referensi dalam penelitian yang dirancang menggunakan Adobe Premiere Pro CC.

BAB III : METODE PENELITIAN

Membahas mengenai tinjauan umum Taman Nasional Tanjung Puting, analisis dan perancangan. Seperti Analisis

SWOT, Analisis Kebutuhan, Tahap Pra Produksi, Produksi, Perancangan Storyboard, dan Pembagian Tim Produksi.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan mengenai hasil jadi serta bukti proses pembuatan rancangan yang dibuat serta melakukan pengujian mengenai respon masyarakat.

BAB V : PENUTUP

Memberikan kesimpulan, saran, dan penulisan daftar pustaka yang digunakan pada naskah penelitian yang ditulis oleh penulis.

