

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media promosi atau iklan sampai detik ini masih digunakan untuk pemasaran suatu produk maupun pengenalan sebuah objek kepada seluruh masyarakat. Tidak dipungkiri lagi, bahwa sebuah objek baru memerlukan sebuah iklan sebagai media promosi seperti membuat dan memasang iklan yang sangat menarik untuk ditampilkan melalui media sosial, media cetak atau media digital agar lebih dikenal dan digemari oleh masyarakat. Adapun beberapa objek yang menggunakan iklan sebagai media promosi seperti iklan perusahaan, produk, maupun iklan pariwisata guna untuk memperkenalkan objek wisata agar lebih dikenal oleh masyarakat.

Pacitan merupakan sebuah kabupaten di Jawa Timur, Indonesia yang memiliki keanekaragaman dibidang pariwisata. Dimana Pacitan dikenal sebagai 'Kota Seribu Satu Gua' seperti Gua Gong yaitu sebuah gua yang apabila salah satu batu tersebut dipukul akan mengeluarkan suara seperti gamelan gong. Selain 'Kota Seribu Gua' Pacitan juga dikenal sebagai salah satu tempat lahirnya presiden Republik Indonesia yang ke-6 yaitu Bapak Susilo Bambang Yudhoyono. Disisi lain, Kabupaten Pacitan juga dikenal dengan wisata pantainya. Hal ini dikarenakan Kabupaten Pacitan bersebelahan dengan Samudera Pasific. Adapun beberapa pantai yang terkenal di Pacitan seperti Pantai Klayar, yaitu sebuah pantai yang cukup

terkenal dipacitan karena adanya batu karang raksasa yang berbentuk seperti Sphinx yang berasal dari Mesir. Selain itu juga ada Pantai Watu Karung yang terkenal dengan ombaknya dan digemari oleh para penggemar selancar. Pada tahun 2009, peselancar Indonesia yaitu Rizal Tanjung pernah mengajak Bruce Irons yaitu pemenang Rip Curl Pro Search 2018 untuk mencoba ombak di Pantai Watukarung Ini.

Selain Pantai Klayar dan Pantai Watu Karung, ada pula beberapa pantai lainnya seperti pantai Soge, Pidakan, Pancer Dor, Teleng Ria, Banyu Tibo dan lainnya. Pantai Banyu Tibo merupakan sebuah pantai di Pacitan yang unik namun masih belum dikenal oleh masyarakat luar. Hal ini dikarenakan upaya promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata masih belum dapat menjangkau calon wisatawan di luar Kabupaten Pacitan. Dimana dalam media promosi yang di gunakan masih memiliki kelemahan seperti penggunaan media cettak berupa brosur yang di sajikan tidak menarik, dari segi layout, komposisi warna serta pemilihan tipografi. Media promosi ini tentunya membatasi target yang dituju sehingga berpengaruh terhadap jumlah wisatawan domestic maupun mancanegara yang akan berkunjung ke pantai Banyu Tibo.

Berdasarkan hal tersebut, maka di perlukan sebuah media promosi yang lebih menarik dan dapat menjangkau calon wisatawan domestic maupun internasional. Video promosi adalah sebuah rangkaian media yang memiliki gambar, suara, dan media dalam penyampaianya. Oleh sebab itu, video promosi pariwisata Pantai Banyu Tibo menjadi salah satu pilihan yang baik dalam melakukan kegiatan guna untuk memperkenalkan Pantai Banyu Tibo. Video promosi ini dapat memberikan

informasi berupa suara dan gambar tentang keindahan pantai Banyu Tibo sehingga dapat dinikmati semua calon wisatawan domestic maupun internasional. Selain itu media promosi berupa video juga mampu membawa unsur realistic atau keadaan sebenarnya kepada target audience.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalahnya, yaitu: "Bagaimana cara pembuatan video promosi wisata pantai banyu tibo sebagai media promosi Dinas pariwisata Kabupaten Pacitan?"

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah tersebut menjadi lebih terfokus, maka penulis perlu untuk memberikan batasan masalah. Dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahanya sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini dilakukan di Pantai Banyu Tibo, Kabupaten Pacitan.
2. Teknik yang digunakan Live Shoot, Hyperlapse, Slow Motion dan fast Motion
3. Software yang digunakan dalam merancang video promosi ini adalah , Adobe Primer Pro, Adobe After Efek.
4. Video berisi tentang informasi wista pantai Banyu Tibo dan Kabupaten Pacitan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu:

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Sastra I (S1) di Program Informatika pada Universitas "AMIKOM" Yogyakarta.
2. Menghasilkan Video Promosi Pantai Banyu Tibo Kabupaten Pacitan
3. Menarik minat Wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Pacitan dan berkunjung ke Pantai Banyu tibo untuk berwisata.
4. Menjadi bahan belajar bagi peneliti supaya kedepannya dapat membuat video yang lebih baik.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Menjadi arsip referensi untuk mahasiswa selanjutnya dalam menyusun tugas kuliah, materi perkuliahan, tugas akhir, skripsi dan penelitian.
2. Sebagai penerapan pengetahuan yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Universitas "AMIKOM" Yogyakarta.
3. Bagi peneliti, untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Universitas "AMIKOM" Yogyakarta.
4. Agar pantai Banyu Tibo Pacitan semakin dikenal para wisatawan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yang digunakan dalam mencari data yang diperlukan. Dimana dalam hal ini, penulis menggunakan beberapa teknik seperti [3]:

1.6.1 Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara
2. Penulis melakukan Tanya jawab kepada pengurus pantai Banyu Tibo guna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Cara ini adalah cara yang paling efektif untuk pengumpulan data.

3. Metode Observasi

Metode Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan secara langsung mengunjungi ke pantai Banyu Tibo oleh penulis untuk mengumpulkan data secara lengkap tepat dan akurat. Untuk mendapatkan kebutuhan gambar dan keindahan pantai Banyu Tibo.

4. Metode Pustaka

Metode Pustaka dilakukan dengan cara mencari, membaca, mempelajari dan memahami sumber dari majalah, buku maupun beberapa sumber lainnya untuk mendapatkan dasar teoritis tentang masalah pembuatan media promosi.

1.6.2. Metode Analisis

Dalam penelitian ini analisis dilakukan dengan berpedoman pada analisis SWOT, analisis kebutuhan, dan analisis kelayakan

1.6.3. Metode Perancangan

Melakukan langkah-langkah pra-produksi yang meliputi pembuatan naskah *storyboard*, dan menganalisa teknik produksi yang akan di terapkan.

1.6.4. Metode Pengembangan

Melakukan langkah-langkah pada tahap produksi yang berupa syuting, perekaman suara, dan memilih kamera. Kemudian masuk tahap pasca produksi yang berupa *editing*, memeriksa hasil sementara *editing*, *rendring*, *testing*, dan penyerahan video promosi kepada pengurus pantai Banyu Tibo.

1.6.5. Metode Testing

Metode Testing dilakukan untuk memastikan dan menjaga mutu dari suatu produk (dalam hal ini video promosi pantai Banyu Tibo) apakah produk yang dihasilkan telah sesuai dengan konten

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan memberikan gambaran yang jelas serta menjadi pedoman dalam menuliskan peneltian secara urut. Sistematika penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang tinjauan pustaka, dan dasar-dasar teori yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini dibahas tentang video promosi pantai Banyu Tibo, tinjauan umum objek penelitian, menjabarkan semua analisis termasuk analisis kebutuhan, analisis kelayakan, dan metode yang digunakan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan tentang penerapan metode-metode tahap produksi di objek penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini dikemukakan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan serta saran yang penulis rangkum selama penelitian.

