

# BAB I

## PEDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Wisata merupakan kegiatan yang hampir semua orang pernah lakukan. Bahkan tidak sedikit yang menggemari kegiatan tersebut. Wisata berarti berpergian bersama-sama dan lebih di identikan pergi ke luar atau tamasya. Di indonesia sendiri wisata sudah bukan hal yang asing lagi kedengarannya. Ditambah lagi indonesia sangat kaya akan tempat tujuan wisata yang sudah terkenal baik di dalam negri maupun mancanegara.

Penulis melihat sekarang ini begitu banyaknya tempat wisata yang ada di indonesia. Berbagai tempat wisata yang ada di daerah-daerah indonesia ini masing-masing daerah ingin memperkenalkan tempat wisata yang ada di daerahnya dengan cara memperkenalkan atau mempromosikan tempat wisata dengan pembuat video promosi tempat wisata. Seiring dengan begitu banyaknya tempat wisata yang ada di indonesia, tentunya pengelola wisata harus memperkenalkan tempat wisata yang masih terbilang baru.

Bukit lintang sewu sebagai tempat wisata yang masih terbilang baru, belum begitu bayak orang mengetahui bukit lintang sewu, tentunya membutuhkan promosi dan publikasi. Sebagai tempat wisata yang ada di kabupaten bantul daerah istimewa yogyakarta.

Di bukit lintang sewu meyuguhkan panorama alam yang begitu indah terutama saat senja datang. Di bukit lintang sewu ini pengunjung dapat melihat

cantiknya sunset di balik perbukitan. Bukit Lintang Sewu ini langsung menghadap ke arah barat, karena itu lokasi ini sangat cocok untuk melihat sunset.

Oleh karena itu pengenalan terhadap masyarakat luas juga di butuhkan. Sahh satunya dengan pembuatan iklan promosi pariwisata. Meskipun melalui media orang mungkin sudah banyak yang mengetahui namun akan lebih menarik jika di kemas dalam sebuah video. Berdasarkan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan tugas akhir yang berjudul (pembuatan video promosi bukit lintang sewu kabupaten bantul dengan menggunakan metode Timelaps dan Motion Graphics).

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas. Permasalahan diatas dapat dirumuskan sebagai berikut bagaimana cara mempromosikan tempat wisata Bukit Lintang Sewu kepada masyarakat luas, melalui video promosi dengan menggunakan teknik *Timelapse* dan *Motion Graphic* untuk meningkatkan jumlah wisatawan ke Bukit Lintang Sewu.

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian ini hanya dibatasi pada :

1. Pembuatan video promosi ini menggunakan *software Adobe After Effects*. dan *Adobe Premiere Pro* untuk mengkompose (menyatukan gambar) yang berupa potongan adegan, dengan beberapa *editing* pergerakan dan *audio*.
2. Video promosi ini menggunakan teknik *Timelapse* dan *motion graphics*.

3. Video promosi ini berisi tentang *profile* Obyek Wisata Bukit Lintang Sewu.
4. Tahap pembuatannya terdiri dari :
  - a. Proses Pra Produksi, pada tahap ini dimulailah pembuatan konsep, *script*, dan *storyboard*.
  - b. Produksi, tahap ini merupakan tahapan membangun dan mengembangkan video sesuai konsep dari naskah yang telah dibuat meliputi pengambilan gambar (*video shooting*) dengan menggunakan kamera DSLR lalu mengabungannya menjadi satu ke *Adobe After Effect* dan *Adobe Premier Pro CS6*.
  - c. Pasca Produksi, pada tahap ini dimulai proses *compositing*, *editing*, Pembuatan *Motion Graphic*, *Timelapse* dan *rendering*.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan berbagai permasalahan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Memenuhi persyaratan untuk menuntaskan pendidikan program diploma program studi Teknik Informatika di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Membantu mempromosikan Wisata Bukit Lintang Sewu supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas.
3. Mengembangkan ide dan pola keilmuan dalam merancang video promosi.

## **1.5 Manfaat**

1. Bagi masyarakat/pengunjung dengan adanya promosi tempat wisata Bukit Lintang Sewu maka, para wisatawan dapat berkunjung dan menikmati pemandangan alam sekitar Bukit Lintang Sewu.
2. Bagi Mahasiswa dapat mengembangkan ide dan kreativitas menciptakan video promosi wisata menjadi bahan referensi/kajian pustaka bagi mahasiswa lain dalam bidang pembuatan video promosi.
3. Menambah media promosi berbentuk video pada Bukit Lintang Sewu.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

### **1.6.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

### **1.6.2 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.6.2.1 Metode Observasi**

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung di obyek wisata Bukit Lintang Sewu.

### 1.6.2.2 Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden. Adapun wawancara dilakukan dengan pengurus obyek wisata Bukit Lintang Sewu yang memberikan informasi serta perijinan dalam penelitian.

#### 1.1.1.1 1.6.2.3 Metode Pustaka

Selain mengumpulkan data, dalam penyusunan tugas akhir juga dilakukan penelitian literature yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas, membaca buku-buku pustaka perpustakaan UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA sebagai referensi di dalam menganalisa data yang ada pada Bukit Lintang Sewu.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini, perancangan video promosi meliputi beberapa tahap yang diantaranya :

#### 1. Praproduksi

Tahap dimana konsep, pekerjaan dan aktivitas sebelum video promosi di produksi secara nyata. Seperti mempelajari naskah dan menyusun *storyboard*

#### 2. Produksi

Bagian ini merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan seluruh materi isi video simulasi yang meliputi persiapan perakitan, pengambilan video, editing, dan menggabungkan semua materi untuk selanjutnya masuk ke dalam rendering

### 3. Pascaproduksi

Pasca produksi merupakan tahap penyelesaian akhir video promosi. Compositing, pemberian title, audio editing, dan penyelesaian akhir keseluruhan video promosi dikerjakan pada tahap ini.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang di gunakan penulisan akan memuat uraian secara garis besar dari isi tugas akhir dalam tiap bab, yaitu sebagai berikut :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

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

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

Dalam bab ini akan menguraikan tentang pengertian dari sistem promosi, dan pengenalan software yang digunakan.

##### **BAB III TINJAUAN UMUM**

Dalam bab ini menjelaskan tentang tinjauan umum tentang wisata Bukit Lintang Sewu dalam pembuatan video promosi dengan menggunakan timelapse dan motion graphic sebagai media promosi wisata Bukit Lintang Sewu.

##### **BAB IV PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan menjelaskan perancangan konsep dan penjelasan hasil-hasil dari tahap produksi.

## **BAB V PENUTUPAN**

Dalam bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan tugas akhir yang berisikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi laporan.

