

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kota - kota besar di Indonesia sebagai pusat pembangunan telah banyak mengalami perubahan termasuk Margokaton Seyegan, Sleman. Kemajuan baik dalam bidang Politik, Ekonomi, maupun Sosial Budaya. Kota-kota besar selama ini tumbuh sebagai Perekonomian, Perdagangan dan Kebudayaan. Seyegan menjadi menarik karena komponen-komponen yang ada didalamnya seperti Karakteristik dan interaksi Penduduknya, lingkungan Alam, Ekonomi, dan Sosialnya, yang dapat menarik orang dari luar daerah untuk berbondong- bondong tinggal di dalamnya. Kalurahan Margokaton merupakan kalurahan yang terletak di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Berdasarkan saksi sejarah, awal mula Kalurahan Margokaton sebenarnya sudah ada sejak tahun 1935 yang beralamatkan JL. Kebon Agung Km.17 Susukan III 55561 Seyegan, Sleman, Yogyakarta. Mayoritas penduduk masyarakatnya petani, disisi lain terdapat perternakan ayam, sapi, budidaya lele dan produk kerajinan tangan. Dengan begitu banyaknya potensi yang ada di kalurahan tersebut besar kemungkinan dapat menarik wisatawan maupun investor untuk menjadikan Kalurahan Margokaton sebagai destinasi wisata maupun tempat untuk berbisnis.

Adapun kendala yang di hadapi oleh Kalurahan Margokaton adalah kurang dikenalnya Kalurahan Margokaton di masyarakat luas dan promosi Kalurahan Margokaton yang belum mampu menjangkau semua kalangan masyarakat untuk memperkenalkan potensi di Kalurahan Margokaton, sedangkan dalam dunia bisnis saat ini sangat ketat. Perusahaan-perusahaan atau produsen berlomba-lomba dalam melakukan inovasi, khususnya dengan media promosi yang menarik agar dapat menarik dengan produk yang sejenis lainnya. Dalam hal ini media promosi yang dimaksud adalah dengan mempromosikan desa tersebut. Sehingga memicu wisatawan dan investor datang dan lebih mengenal potensi yang ada di Kalurahan Margokaton. Dalam menghadapi kendala yang ada dibutuhkan solusi untuk

mengatasi kendala tersebut. Untuk mengatasi kendala tersebut adalah dengan cara mempromosikan desa margokaton dengan cara membuat *video profile village* yang di buat untuk memperkenalkan potensi unggulan yang ada di Kalurahan Margokaton, agar masyarakat luas mengenal Kalurahan Margokaton dan mengetahui bahwa Kalurahan Margokaton mempunyai potensi unggulan yang menghasilkan beberapa alat kerajinan atau barang yang dapat berguna pada masyarakat serta dapat meningkatkan perekonomian Kalurahan Margokaton.

Di era globalisasi ini semakin banyak seseorang untuk mengakses internet maka dari itu agar Kalurahan Margokaton ini bisa dikenal oleh masyarakat luar, peran generasi muda yang memiliki skill serta keahlian dalam bidang Multimedia sangat berperan sekali untuk memperkenalkan secara dekat tentang potensi yang ada di Margokaton Seyegan ini. Dalam rangka mensosialisasikan ini peran kami sebagai pemuda yang kreatif dan memiliki *skill* serta keahlian dalam bidang multimedia harus bisa menguasai *software editor* seperti *Adobe Photoshop*, *Adobe After Effect*, *Adobe Premiere* serta mahir menggunakan Kamera untuk mengabadikan foto serta video. Maka dalam kesempatan ini Kalurahan Margokaton meminta bantuan kepada penulis untuk membuat video dengan judul **“PROMOSI POTENSI DESA DI KALURAHAN MARGOKATON MENGGUNAKAN VIDEO PROFILE VILLAGE”** Dengan demikian informasi yang didapat akan lebih banyak serta antusias wisatawan semakin tinggi untuk berkunjung.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana membuat video Promosi Potensi Desa Di Kalurahan Margokaton Menggunakan *Video Profile Village*”.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami cara memperkenalkan potensi Kalurahan Margokaton berbasis multimedia.
2. Untuk membantu mempromosikan potensi yang ada di Kalurahan Margokaton
3. Untuk meningkatkan popularitas Kalurahan Margokaton melalui video promosi berbasis multimedia.

### 1.4 Batasan Masalah

Batasan-batasan yang membatasi lingkup penelitian pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bentuk promosi yang dibuat berupa video.
2. Konsep video yang digunakan adalah live shoot.
3. Metode yang digunakan pada tugas akhir ini menggunakan metode pembuatan video melalui tiga tahapan yaitu tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Berikut ini beberapa manfaat dari penelitian ini :

#### 1. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan, yakni video direktor dalam manajemen informatika yang diperoleh selama masa studi (perkuliahan) dan menerapkannya dalam kehidupan nyata.

#### 2. Bagi Kalurahan Margokaton

Sebagai sarana untuk meningkatkan promosi berbagai potensi yang ada di Kalurahan Margokaton dalam berbagai sektor kehidupan.

### 3. Bagi Mahasiswa di Bidang Multimedia

Sebagai sumber referensi dan pengetahuan yang berkaitan dengan pembuatan video untuk memperkenalkan berbagai potensi berbasis multimedia.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman tugas akhir tersebut maka penulisan harus dilakukan secara terstruktur dan mudah dipahami. Oleh karena itu dalam penulisannya dibagi menjadi beberapa bagian.

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

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, tujuan penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan tentang konsep dasar multimedia, pengertian *motion graphic*, pengertian *live shoot* serta teori-teori yang menjadi pendukung langkah kerja

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

Di bab ini menjelaskan identifikasi masalah dan solusi media promosi, *software* dan *hardware*, serta rancangan tentang *storyboard* yang dibuat

##### **BAB IV PERANCANGAN DAN PEMBAHASAN**

Di bab ini menjelaskan tentang uraian detail dan sistematis dari seluruh rangkaian kegiatan yang dilakukan, serta pembahasan lainnya yang berisi *screenshoot* dan hasil video yang telah dibuat

##### **BAB V PENUTUP**

Berisi kesimpulan dan hasil analisis kinerja