

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan dapat didefinisikan sebagai bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang disampaikan lewat media cetak, audio, maupun elektronik. Iklan menurut pendapat Lee dan Johnson (2004:3), komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target, melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail* (pengeposan langsung), reklame luar ruang, atau kendaraan umum [1]. Tujuan iklan adalah agar masyarakat tertarik untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi secara keseluruhan. Pada acara Grebeg Suro Ponorogo tahun 2017, dinas dan pihak-pihak yang terkait sudah melakukan mempromosikan melalui media cetak seperti baliho, spanduk, poster, dan sebagainya. Penulis juga menemukan pada sudut kota Ponorogo ada videotron yang berisi beberapa gambar dan tulisan. Penulis menggunakan iklan sebagai media untuk memudahkan dalam menyebarkan dan mengenalkan “Grebeg Suro di kabupaten Ponorogo” dengan meringkas dan memperlihatkan hal-hal yang unik pada *main event* tersebut.

Perkembangan suatu kota dilihat dari berbagai hal salah satunya dari sektor pariwisata. Kabupaten Ponorogo salah satu kabupaten yang mempunyai banyak event pariwisata bertaraf nasional maupun internasional. Salah satunya adalah event Grebeg Suro yang diadakan setiap satu tahun sekali. Grebeg Suro

adalah acara tradisi kultural masyarakat Ponorogo dalam wujud pesta rakyat. Seni dan tradisi yang ditampilkan meliputi Festival Reog Nasional, Pawai Lintas Sejarah dan Kirab Pusaka, dan Larungan Risalah Doa di Telaga Ngebel. Grebeg suro merupakan acara tahunan yang dirayakan setiap tanggal 1 Muharram (1 Suro pada tahun Jawa). Sudah menjadi kebutuhan dari setiap kota untuk berkembang, seperti kabupaten Ponorogo untuk dapat mempromosika daerahnya menggunakan media promosi. Dengan adanya acara Grebeg Suro kabupaten Ponorogo menjadi tempat berkumpulnya para seniman Reyog Ponorogo dari seluruh penjuru dunia, maka acara ini membutuhkan wadah media informasi salah satunya iklan pariwisata. Menurut Pendit (1999:23), iklan pariwisata adalah iklan yang bertujuan untuk ditujukan kepada dunia luar dimana kampanye penerangan ini benar-benar mengandung berbagai fasilitas dan atraksi yang unik dan menarik yang dapat disajikan kepada sang wisatawan [2].

Sejauh ini, promosi yang berbentuk audio visual sudah banyak yang dibuat oleh televisi maupun production house mengenai acara Grebeg Suro, namun yang membedakan dengan penulis adalah jika production house atau televisi lokal seperti JTV, BBS, Sakti Madiun menyiarkan acara grebeg suro dengan suatu program live dan televisi swasta seperti Net.TV yang mengemasnya untuk segmen berita NETJATIM, Metro TV yang mengemasnya dalam berita Metro News, penulis mengemasnya menjadi sebuah iklan yang dapat di tayangkan untuk pangsa televisi dan media sosial seperti Instagram, Youtube, website dinas pariwisata Kabupaten Ponorogo, dan satu aplikasi yang dimiliki oleh dinas pariwisata Kabupaten Ponorogo yaitu aplikasi Grebeg Suro Ponorogo berbasis Android/IOS.

Iklan ini akan dibuat dengan menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2017 dimana pembuatan iklan ini akan lebih menekankan *color grading* dan *color correction*. Menurut Alexis Van Hurkman (2013:18), *color correction* adalah proses penyetaraan warna dan penyesuaian gambar, sedangkan *color grading* adalah multi-proses yang dapat mengubah nada visual dari seluruh film [3]. Sedangkan pada tugas akhir yang di buat oleh Dwi Hari Sabrani (2017:66) menyebutkan, *color correction* sendiri merupakan suatu proses mengoreksi gambar agar tidak over maupun under exposed serta mengatur saturasi warna agar tetap konsisten dari setiap shoot yang diambil sedangkan *color grading* merupakan sebuah proses kreatif dimana seorang sinematografer memberikan gaya atau sentuhan pada warna dan meningkatkan suasana pada film [4]. Penulis memilih Adobe Premiere Pro CC 2017 karena didalamnya sudah ditambahkan fitur panel Lumetri yang berisi *color grading* dan *color correction* yang lebih kompleks, tetapi mudah digunakan dan diaplikasikan dalam pembuatan iklan ini.

Penulis menggunakan pengambilan gambar *liveshoot* bertujuan agar penonton lebih bisa melihat seperti apa isi acara secara langsung, dikarenakan jika menggunakan animasi dan *motion graphic*, penonton yang belum tau apa acara tersebut hanya membayang-bayangkan semata. Pada saat pengambilan video pada bulan September 2017, banyak video yang tidak sesuai dengan standar, seperti pencahayaan yang terlalu terang atau *over exposure*, pencahayaan yang gelap atau *under exposure*, dan warna yang tidak sama antara video yang diambil. Maka dari itu, penulis menggunakan *color correction* untuk memperbaikinya. Sedangkan untuk mendapatkan persepsi rasa menyambut dan energi dari video tersebut, penulis menggunakan teknik *color grading* dan

menerapkan dari buku Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia yang disusun oleh Prof Dr M. Suyanto,MM tentang persepsi warna dengan menggunakan warna jingga.

Berdasarkan uraian diatas penulis bermaksud mengadakan penelitian mengenai pembuatan video iklan menggunakan *color correction* dan *color grading* pada panel Lumetri dalam proses *editing* dan mengambil judul skripsi "Implementasi Iklan "Grebeg Suro" di Kabupaten Ponorogo dengan Penerapan Lumetri *Color Grading* dan *Color Correction*."



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah *"Bagaimana membuat video iklan Grebeg Suro dengan menerapkan teori warna dengan teknik color correction dan color grading pada panel Lumetri?"*

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah di sini dimaksudkan untuk membatasi ruang lingkup pekerjaan yang beragam jenisnya, dengan tujuan untuk memperkecil masalah-masalah saat merancang iklan Grebeg Suro di Ponorogo.

Adapun batasan masalah yang akan dibahas disini yaitu :

- a. Penelitian hanya dilakukan pada seluruh tempat isi acara Grebeg Suro di Ponorogo.
- b. Iklan masyarakat Grebeg Suro telah direkam/diambil video seluruh acara inti pada bulan September 2017.
- c. Hasil penelitian ini akan berbentuk video iklan berdurasi 30 detik dan 1 menit.
- d. Menggunakan format file video .H264 AVC (Advanced Video Coding) dengan resolusi HDTV (High Definition Television).
- e. Proses produksi iklan menggunakan *software* Adobe Premiere Pro CC 2017.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini secara garis besar adalah :

1. Menerapkan teori warna dan mempelajari teknik *color grading* dan *correction* pada panel Lumetri pada pembuatan iklan Grebeg Suro.
2. Menjadi bahan pendukung dalam penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat lulus pada Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka manfaat yang diharapkan dapat diperoleh adalah:

1. Bagi Pemerintah Kabupaten Ponorogo Dinas Pariwisata.

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk tim publikasi dalam mengundang masyarakat luas serta memperkenalkan kebudayaan Ponorogo yang akan berimbas pada kunjungan wisata-wisata yang ada di Ponorogo.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengalaman nyata dan ilmu dalam menganalisis dan merancang video dengan menerapkan *color grading* dan *color correction* pada Lumetri Adobe Premiere Pro CC 2017, serta menyusun skripsi pada program S1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.

### 3. Bagi Ilmu Pengetahuan,

Penelitian ini akan menambah ilmu tentang bagaimana proses *editing* video iklan menggunakan *color grading* dan *color correction* pada panel Lumetri Adobe Premiere Pro CC 2017.

## 1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan program ini adalah sebagai berikut.

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara

Mengadakan tanya jawab langsung dengan ibu Kristin selaku sekretaris di Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo untuk mencari data tentang acara Grebeg Suro serta memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

#### 2. Metode Kepustakaan

Dalam pembuatan sistem ini penulis melakukan pengumpulan informasi dan pengumpulan data melalui studi kepustakaan yang digunakan sebagai referensi. Terutama referensi yang digunakan antara lain buku, *website* dan jurnal yang berkaitan dengan pembuatan sistem ini.

#### 3. Observasi

Penulis melakukan tinjauan di semua lokasi *main event* saat acara Grebeg Suro di Kabupaten Ponorogo.

### 1.6.2 Metode Analisis

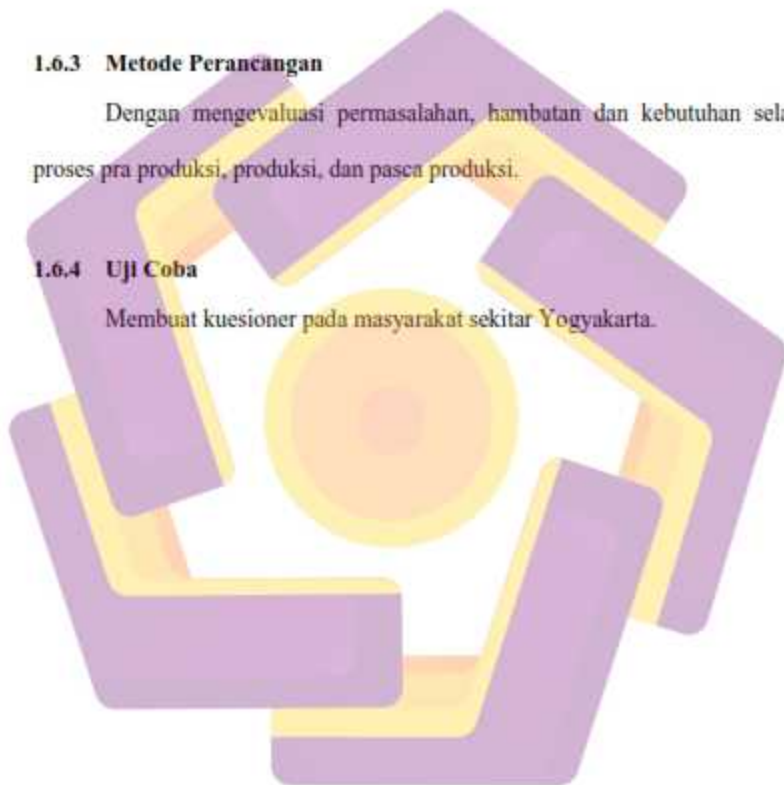
Metode analisis yang digunakan adalah metode SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat) yaitu dengan menganalisa dan mengetahui kelemahan dan kelebihan video untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang terdapat dalam pembuatan video.

### 1.6.3 Metode Perancangan

Dengan mengevaluasi permasalahan, hambatan dan kebutuhan selama proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

### 1.6.4 Uji Coba

Membuat kuesioner pada masyarakat sekitar Yogyakarta.





## **1.7 Sistematika Penulisan**

Untuk memahami lebih jelas laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada Laporan Skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

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

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas tentang landasan teori atau tinjauan pustaka yang mendasari pembahasan secara detail yaitu terdiri definisi definisi yang berhubungan dengan ilmu dan permasalahan yang sedang diteliti

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN**

Bab ini akan membahas tentang analisis referensi iklan, tinjauan umum, analisis kebutuhan, analisis kelayakan operasional, kelayakan hukum, jadwal kegiatan, dan tahap perancangan.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan di bahas mengenai implementasi dan pembahasan yaitu memproduksi iklan, tahap pasca produksi, tahap rendering, hasil iklan, dan perhitungan data kuesioner.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Daftar yang berisi tentang pustaka yang digunakan penulis sebagai bahan literatur dalam pembuatan skripsi

**LAMPIRAN**

Berisi lampiran hasil questioner, dan beberapa tentang perizinan dari pihak terkait.

