

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Multimedia merupakan hasil dari perpaduan kemajuan teknologi elektronik, teknik komputer perangkat lunaknya. Multimedia merupakan konsep dan teknologi dari unsur-unsur gambar, suara, animasi serta video yang disatukan di dalam komputer untuk disimpan, diproses dan disajikan guna membentuk interaksi yang sangat inovatif antara komputer dengan pengguna.

Bila dibanding dengan informasi dalam bentuk teks (huruf dan angka) yang umumnya terdapat pada komputer saat ini, dalam bentuk multimedia yang dapat memberikan informasi dengan memanfaatkan lebih dari dua media diantaranya huruf, angka, suara, video dengan indra manusia dalam bentuk yang sesuai dengan aslinya atau dalam dunia yang sesungguhnya.

Pariwisata kota magetan adalah salah satu kota dengan wisata yang berdasarkan data dari dinas pariwisata terdapat 11 tempat wisata, namun hanya 5 tempat wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan dengan presentase pengunjung mencapai 50%- 80% disetiap tempat wisata. sampai saat ini pariwisata kota magetan belum punya media promosi untuk memperkenalkan tempat-tempat wisata ke seluruh masyarakat, pariwisata kota magetan mengalami masalah karna belum ada yang mempromosikan tempat wisata tersebut untuk dikunjungi.

Berdasarkan latar belakang diatas, mendorong penulis untuk membuat iklan promosi pariwisata kota magetan agar dapat membantu menyampaikan informasi secara menarik dan bisa meningkatkan pencita treveling agar bisa mengunjungi tempat wisata kota magetan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka penulis merumuskan suatu masalah yang berkaitan dengan masalah di atas. Penulis memfokuskan penelitian ini pada salah satu rumusan yaitu bagaimana menerapkan multimedia dalam iklan pariwisata yang nantinya digunakan oleh dinas pariwisata, agar informasi ini dapat dinikmati dan menarik bagi yang melihatnya.

1.3 Batasan Masalah

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

1. Iklan promosi ini meliputi alun-alun kota magetan, telaga sarangan, telaga wahyu, bendungan, argowisata kebun strawberry.
2. Durasi iklan paling lama 1 menit.
3. Iklan akan ditayangkan distasiun televis yaitu RBTv.
4. Dinas pariwisata berhak mendapatkan soft copy iklan.

1.4 Maksud dan Tujuan Peneltita

1. Adapun maksud yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah:
Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan sebagai bahan masukan dalam penyusunan skripsi sehingga diperoleh suatu rancangan **“Pembuatan Iklan Promosi Berbasis Multimedia Untuk Dinas Pariwisata Kabupaten Magetan”**
2. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:
 1. Memperkenalkan tempat –tempat wisata ke masyarakat agar tertarik dan bisa berkunjung.
 2. Memperlihatkan panorama keindahan wisata kota magetan.
 3. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana program studi STRATA-1 di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
 4. Sebagai penerapan pengembangan ilmu yang didapat dalam perkuliahan selama masa studi di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam pembuatan proposal ini adalah metode pengumpulan data, yaitu :

1. Observasi

Yaitu merupakan sutau teknik pengumpulan data yang efektif untuk mempelajari sistem, dengan cara mengamati langsung objek penelitian.

2. Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung mengenai data yang diperlukan dari masalah yang akan diangkat.

3. Metode Analisis

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

4. Metode Perancangan

Melakukan langkah-langkah pra produksi yang meliputi pemilihan kamera, mempelajari naskah, *storyboard*, dan menganalisa teknik produksi yang akan diterapkan.

5. Metode Pengembangan

Melakukan langkah-langkah pada tahap produksi yang berupa *syuting*, perekaman suara. Setelah itu, masuk tahap pasca produksi yang berupa *editing*, memeriksa hasil sementara *editing*, *rendering*, *testing*, dan penyerahan Hasil Pembuatan Iklan kepada pihak Dinas Pariwisata.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitannya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan promosi untuk media informasi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan iklan promosi secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses pembuatan dan perancangan video promosi dan berupa saran untuk perbaikan media yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi-referensi yang telah dipakai sebagai acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis maupun secara teoritis.