

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kulonprogo adalah salah satu daerah di Yogyakarta yang menyimpan banyak destinasi wisata yang sangat indah. Beberapa objek wisata yang sudah *familiar* adalah Waduk Sermo, Pantai Glagah, Wisata Alam Kalibiru, dan masih banyak lagi. Namun ada beberapa objek wisata yang tak kalah mempesona indahnya dan belum banyak masyarakat umum mengetahui keberadaannya.

Kulonprogo juga memiliki banyak air terjun yang indah disana. Salah satunya yaitu air terjun Kedung Pedut. Air terjun ini memiliki dua warna yang berbeda dan jernih. Keasrian air terjun ini juga membuat wisatawan yang berkunjung berdecak kagum melihatnya.

Rute dari pintu masuk menuju curug utama menggunakan beberapa jembatan yang terbuat dari bambu yang menambah kesan alami dari air terjun ini. Selagi melintasi jembatan-jembatan tersebut tepat di samping kanan dan kiri juga terdapat grojokan kecil yang indah.

Minimnya media promosi wisata di daerah terpencil seperti ini sangat disayangkan. Mengingat Kulonprogo adalah daerah yang memiliki banyak potensi dibidang pariwisata namun tidak semua wisatawan mengetahuinya. Perlu adanya promosi yang lebih menarik dan meluas agar lebih banyak wisatawan yang ingin berkunjung kesana.

Dengan adanya permasalahan yang sudah diuraikan diatas maka penulis membuat skripsi dengan judul **“Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Pariwisata Air Terjun Kedung Pedut Kulonprogo Yogyakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah: Bagaimana membuat iklan televisi untuk objek wisata alam air terjun Kedung Pedut?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Iklan ini dibuat untuk mempromosikan objek wisata alam Air Terjun Kedung Pedut.
2. Iklan ini ditujukan kepada kalangan diatas usia 15 tahun.
3. Teknik pembuatan iklan *video* ini menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.
4. *Software* yang digunakan dalam pembuatan *video* ini adalah *Adobe Illustrator CS6*, *Adobe After Effects CS6*, dan *Adobe Premiere Pro CS6*.
5. *Video* iklan ini berdurasi 30 detik dan format yang digunakan yaitu mp4 dengan resolusi 720p HD.
6. Iklan ini ditayangkan di stasiun tv lokal Yogyakarta yaitu RBTV.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk:

1. Memperkenalkan dan mempromosikan objek wisata alam Air Terjun Kedung Pedut.
2. Untuk mengetahui bagaimana cara membuat *video* iklan yang menarik.
3. Untuk menarik minat *audience* yang melihat untuk berkunjung.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis:

- Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata I Teknik Informatika pada UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
- Mengetahui kemampuan penulis dalam pembuatan *video* iklan menggunakan *software Adobe Illustrator CS6, Adobe After Effect CS6 dan Adobe Premiere Pro CS6.*
- Menerapkan pengalaman dan ilmu yang didapat selama mengikuti perkuliahan di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta, yaitu telah menempuh mata kuliah Komputer Grafis, Multimedia, Multimedia Lanjut, *Broadcast* dan Perancangan Film Kartun.

2. Bagi Perguruan Tinggi:

- Sebagai literatur mahasiswa lain yang akan membuat tugas akhir yang berhubungan dengan *video* iklan pariwisata menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*

3. Bagi Pengelola Wisata Alam Air Terjun Kedung Pedut:

- Untuk menambah minat wisatawan lokal maupun non lokal yang berkunjung.
- Menambah pendapatan pengelola yang nantinya guna merawat, menambah dan memperbaiki fasilitas di lokasi.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Peneliti melakukan observasi langsung pada objek penelitian.

2. Metode Wawancara

Melakukan wawancara langsung dengan pengurus objek penelitian.

3. Tahapan Analisis

Dalam pembuatan iklan ini peneliti menganalisa tujuan pembuatan iklan, sasaran yang dituju setelah iklan selesai dibuat dan teknik yang dipakai dalam pembuatan iklan, yaitu menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*.

4. Tahapan Perencanaan

Metode perancangan menggunakan model praproduksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah persiapan sebelum produksi yaitu menentukan ide cerita, tema, sinopsis dan rancangan *storyboard*.

5. Tahapan Pengembangan

Proses pengembangan pada fase ini adalah proses produksi dan pasca produksi. Beberapa langkah produksi yaitu diawali dengan pengambilan gambar/video di lokasi wisata serta pembuatan animasi. Dilanjutkan dengan penganimasian gambar dan yang terakhir adalah *rendering*.

6. Tahapan Kuisisioner

Tahapan ini berupa pemberian kuisisioner atau pertanyaan tentang iklan yang dibuat.

1.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini penulis menyajikan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

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

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang pengertian iklan, manfaat iklan, tahapan pembuatan video iklan, pengertian animasi dan pengertian *motion graphic*.

BAB III: ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas profil Wisata Alam Air Terjun Kedung Pedut, analisis SWOT, dan analisis kebutuhan non fungsional berupa kebutuhan *software*, *hardware*, dan *brainware*.

BAB IV: IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang konsep serta perancangan dan pembahasan produksi perancangan iklan dengan teknik *live shoot* dan *motion graphic* dari tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

BAB V: PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran-saran dari penelitian yang telah dilakukan.

