

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Objek Wisata Kaligua adalah kawasan wisata agro dataran tinggi yang terletak di Desa Pandansari, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Tepatnya di wilayah Brebes bagian selatan. Agrowisata Kaligua dikelola oleh PT Perkebunan Nusantara IX (Persero) Jawa Tengah dan merupakan diversifikasi usaha untuk meningkatkan optimalisasi aset perusahaan dengan daya dukung potensi alam yang indah. Hasil pengolahan perkebunan teh Kaligua adalah berupa produk hilir teh hitam (*black tea*) dengan merk "Kaligua" dalam kemasan teh celup dan serbuk. Wisatawan yang berkunjung dapat menikmati hangatnya teh hitam Kaligua di lokasi atau membelinya untuk dibawa pulang sebagai oleh-oleh.

Kawasan Wisata Agro Kaligua memberikan banyak pilihan untuk wisata. Di samping kebun teh, terdapat beberapa situs wisata menarik yang berada di seputaran Kaligua. Misalnya Gua Jepang, Tuk Bening, serta makam pendiri kebun Van De Jong. Beberapa vila milik perkebunan bisa dimanfaatkan oleh pengunjung yang ingin bermalam.

Untuk melayani wisatawan, pihak perkebunan menyediakan fasilitas homestay (penginapan) yang cukup baik. Di samping itu tersedia pula gedung pertemuan, area outbond, area perkemahan, lapangan olahraga, kafe, pusat layanan

kesehatan, sarana ibadah, dan lain-lain. Selain itu, pengunjung dapat memilih beberapa paket wisata yang disediakan.

Kurangnya informasi akses menuju lokasi serta kurangnya media informasi untuk mempromosikan tempat ini merupakan hal yang membuat Objek Wisata Kaligua menjadi kurang bisa diminati oleh masyarakat luas pada umumnya, oleh karena itu dibutuhkan media promosi yang tepat seperti periklanan dalam bentuk video untuk menarik wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Kaligua.

Berdasarkan hal tersebut maka, iklan ini dibuat untuk menunjukkan keunggulan potensi pariwisata yang dimiliki Objek Wisata Kaligua menggunakan teknik *live shoot* dan animasi *motion graphic* untuk memunculkan efek yang ditambahkan di dalamnya. Oleh sebab itu, diharapkan dengan sistem ini, masalah penyampaian sarana dan fasilitas menjadi lebih mudah dimengerti oleh masyarakat. Penulis berharap setelah adanya video iklan ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk datang dan berwisata ke Objek Wisata Kaligua sehingga akan menjadikannya satu dari sekian banyak tempat wisata di Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah yang wajib dikunjungi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik sebuah rumusan masalah yakni, Bagaimana membuat video iklan potensi Objek Wisata Kaligua dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *Motion Graphic*?

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan agar batasan masalah tidak meluas dan menyimpang dari pokok bahasan maka dirumuskan batasan masalah sebagai berikut :

1. Teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shoot*, animasi *motion graphic* dan editing dengan *Adobe Software*.
2. Pembuatan iklan dalam penelitian ini meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.
3. Iklan yang dibuat adalah iklan televisi.
4. Iklan ini bergenre pendek dengan masa putar 45 detik.
5. Kualitas iklan yang dihasilkan adalah HDTV 1080p 25 *High Quality Video*, 1920 x 1080 *Video Size* dengan *type data (.mp4)*.
6. Pembuatan iklan ini hanya sampai uji coba iklan kepada pihak Objek Wisata Kaligua satu kali oleh pihak peneliti.
7. Perangkat pembuatan yang digunakan :
  - 1) Canon 60D
  - 2) *Tripod*
  - 3) *Drone*
  - 4) *Slider*
  - 5) Media Penyimpanan ( *SD Card, Harddisk*)
8. Perangkat lunak yang digunakan :
  - 1) *Adobe After Effect CC*.

- 2) Adobe Premiere Pro CC.
- 3) Adobe Photoshop CC.
- 4) Adobe Audition CC.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Perancangan dan pembuatan iklan TV Wisata Kaligua Brebes , Jawa Tengah.

#### **1.5 Metode Penelitian**

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

##### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

###### **1.5.1.1 Metode Observasi**

Metode observasi merupakan sistem pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti, misalnya pengamatan langsung di lokasi dan mengamati apa saja potensi pariwisata yang bisa di angkat di-Objek Wisata Kaligua secara langsung.

##### **1.5.2 Metode Analisis**

Analisis yaitu menguraikan iklan televisi untuk di identifikasikan dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya.

### 1.5.3 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan penggambaran bagaimana iklan di bentuk, mulai tahap penentuan konsep dan bentuk visual yang ingin diberikan, serta pembuatan *story board* dan *screen play*. Tahap ini menghasilkan perancangan iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan promosi Objek Wisata Kaligua.

### 1.5.4 Metode Pengembangan

Tahap ini adalah dilakukannya *review* hasil sementara produksi dan pra produksi untuk diambil kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan iklan, dan menentukan hasil untuk masuk tahap paska produksi (*editing*).

### 1.5.5 Metode Testing

Tahap ini merupakan hasil pembuatan video iklan untuk menentukan kelayakan penayangan di media televisi atau media lainnya seperti pemberian kuisioner.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap skripsi ini, maka pembahasan dibagi dalam beberapa bab sesuai dengan masing-masing pokok permasalahan, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan tentang :

latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini memberikan uraian mengenai tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang penelitian dengan tema yang sama guna dijadikan sebagai referensi penulis dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diambil penulis. Teori-teori ini diambil dari literatur-literatur, dokumentasi, serta informasi dari berbagai pihak.

## **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menguraikan mengenai tinjauan umum dari objek, rincian biaya pembuatan iklan dan perancangan iklan (tahap paska produksi).

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tahap produksi, tahap paska produksi, dan pembahasan mengenai iklan yang telah dibuat.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang sumber-sumber yang menjadi referensi/acuan dalam penyusunan tugas akhir ini