

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Desa Serang merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. Wilayah tersebut merupakan dataran tinggi dengan ketinggian sekitar 650 - 1.300 m dpl. Kawasan tersebut mempunyai tanah yang cukup subur, hal ini dibuktikan dengan banyaknya lahan pertanian dan perkebunan, dimana hampir seluruh kawasannya terdapat tanaman sayuran dan juga terdapat tanaman buah unggulan yaitu stroberi.

Teknologi periklanan menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan ekonomi, tidak dapat dipungkiri bahwa industri pariwisata merupakan sektor ekonomi yang memiliki pertumbuhan yang sangat cepat dibandingkan sektor ekonomi lainnya. Iklan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat dengan kuat karena didalam iklan terdapat visual dan *audio* menarik yang mudah di mengerti oleh masyarakat. Tujuan akhir dari periklanan yang sebenarnya adalah untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada Bapak Sugito Selaku Kepala Desa Serang, mereka mengakui untuk media informasi saat ini masih berupa pemasangan *leaflet*, papan nama, *website*, dan media sosial *facebook* yang berisi tentang pariwisata dan kebudayaan di Desa Serang, jelas media itu masih kurang luas dan menarik. Dengan Pernyataan tersebut diperlukannya suatu media iklan yang berbasis teknologi informasi dalam bentuk video iklan untuk mempublikasikan wisata Desa Serang.

Berdasarkan latar belakang di atas solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersebut salah satunya dengan cara membuat media informasi yaitu “Pembuatan Iklan Agrowisata Desa Serang dengan Menggunakan Teknik *Liveshoot* dan *Timelapse*”, dengan adanya video iklan ini diharapkan dapat lebih memberikan informasi yang jelas dan menarik kepada masyarakat dan dapat memperkenalkan wisata tersebut ke tingkat Nasional dan International.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana Membuat Iklan Agrowisata Desa Serang Menggunakan Teknik *Liveshoot* dan *Timelapse*?”.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Wilayah studi hanya mencakup kawasan Desa Serang.
2. Iklan Agrowisata Desa Serang ini di buat dalam durasi 30 detik.
3. Teknik yang digunakan pembuatan iklan ini adalah *liveshoot* dan *timelapse*
4. Format video iklan televisi ini adalah (*mp4*).
5. Iklan Agrowisata Desa Serang ini ditayangkan satu kali di RBTv

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk :

1. Meningkatkan kunjungan wisata di Desa Serang.
2. Mempromosikan wisata Desa Serang dikhalayak ramai.

3. Mengetahui pesan yang terkandung dibalik unsur-unsur visual iklan yang terdapat pada iklan tersebut.
4. Penerapan teknik *liveshoot* dan *timelapse* pada video iklan di Desa Serang, Purbalingga

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Bagi Penulis

1. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai dengan bidang multimedia, dengan membuat video iklan menggunakan alat yang minimal untuk hasil yang maksimal.
2. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di STMIK AMIKOM.

1.5.2 Bagi Desa Serang

1. Sebagai alternatif baru dalam penyampaian informasi promosi wisata alam dan edukasi lingkungan Desa Serang memasuki ruang lingkup yang lebih luas dan lebih lengkap.

1.5.3 Manfaat Akademis

1. Sebagai koleksi karya ilmiah mahasiswa dalam bidang *industry* multimedia.
2. Refrensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi.

1.6 Metode Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah :

1.6.1 Pengumpulan Data

1. Wawancara

Bertujuan untuk memperoleh informasi dan petunjuk tentang kepariwisataan di Desa Serang yang dapat digunakan untuk bahan dalam penyusunan skripsi ini.

2. Studi Kepustakaan

Merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku-buku sebagai bahan referensi yang dapat menunjang penyusunan skripsi ini.

3. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan survey terhadap objek untuk layak atau tidaknya dijadikan sebuah iklan, menentukan *point of view* yang akan diambil gambarnya.

1.6.2 Analisis

Menganalisis masalah yang akan dipecahkan adalah langkah pertama yang harus dilakukan sebagai dasar untuk mengetahui secara tepat maksud dan tujuan dari penelitian, dan juga masalah yang ditentukan harus jelas.

Beberapa analisis yang akan diterapkan :

1. Menganalisis *system* yang sudah ada dengan analisis *SWOT*
2. Menganalisa kebutuhan *non fungsional*
3. Menganalisa kebutuhan biaya

1.6.3 Perancangan

Terdapat beberapa tahapan yang harus direncanakan secara matang atau biasa disebut dengan tahap pra produksi, tahap pra produksi meliputi : *Screen Writing* yang didalamnya terdapat proses pencarian ide, penentuan tema, pembuatan *logline* atau plot cerita. Dilanjutkan dengan membuat *storyboard*, membuat rencana anggaran, mencari tim kreatif, menentukan lokasi *shooting*, perancangan properti *syuting*, dan merancang penjadwalan.

1.6.4 Implementasi

Pada tahap ini akan ditunjukkan langkah-langkah dalam pembuatan iklan ini mulai dari awal proses pembuatan hingga akhir proses pembuatan iklan. Seperti proses *editing* video hingga proses *rendering* video yang akan di jadikan dalam format yang di inginkan.

1.6.5 Testing

Dalam tahap ini dilakukan proses *testing* atau pengujian sistem untuk mengetahui kekurangan apa saja yang terdapat dalam iklan sebelum Iklan mulai dipublikasikan.

1.6.6 Evaluasi

Setelah selesai melalui semua tahap dalam pembuatan iklan ini, langkah terakhir adalah menyusun laporan-laporan tentang pembuatan Iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Gambaran umum sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab I ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada Bab II ini membahas tentang teori-teori yang digunakan, teknik-teknik pengambilan gambar, dan membahas gambaran secara umum tentang pembuatan iklan.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada Bab III ini membahas tentang proses pembuatan iklan Agrowitasa Desa Serang yang di buat, mulai dari naskah, *storyboard*, beserta permasalahan yang dihadapi, analisis yang digunakan untuk menghadapi masalah ini menggunakan analisis SWOT, dan solusi yang diberikan berupa iklan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV ini menjelaskan tentang implementasi pembuatan iklan dari perancangan bab sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Pada Bab V berisi Kesimpulan dan Saran.