

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Curup, Rejang Lebong Provinsi Bengkulu, kaya akan tempat tempat wisata alam yang sangat indah dan alami. Hanya saja saat ini wisatawan yang berkunjung hanya penduduk lokal atau warga setempat saja. Dikarenakan masih minimnya informasi berupa iklan yang disediakan pihak pariwisata setempat. Sedangkan potensi wisata alam yang ada sangat banyak seperti air terjun, pemandian air panas, wisata alam bukit kaba, sungai bersih, taman indah dan danau rawa yang jika dipublikasikan secara maksimal bisa menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Rejang Lebong sebagai pelaksana pengawas dan evaluasi di bidang kebudayaan dan pariwisata serta sebagai penanggung jawab pengembang objek wisata harus selalu kreatif dalam memasarkan objek wisata yang ada di Rejang lebong yang tentunya akan meningkatkan ekonomi daerah dan pengembangan budaya dan pariwisata itu sendiri. Wisatawan harus dipengaruhi lewat informasi mengenai obyek wisata yang ada dengan cara mengiklankan atau mempromosikan objek objek wisata yang ada, sehingga dapat menarik wisatawan yang akan berkunjung.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Ir. Kareneli selaku Pelaksana Tugas Kepala Dinas Pariwisata Rejang Lebong mengakui untuk media

promosi saat ini masih berupa blog Pariwisata, stock foto beserta deskripsi saja, jelas media itu masih kurang luas dan menarik. Dengan Pernyataan tersebut Penulis beranggapan bahwa diperlukannya suatu media iklan yang berbasis teknologi informasi dalam bentuk video untuk mempublikasikan wisata Curup, Rejang Lebong.

Pembuatan sebuah video promosi sangat diperlukan teknik tersendiri dalam penyajiannya, salah satunya dengan menerapkan *style cinematography* yang digabungkan dengan teknik *hyperlapse* dan *timelapse*. Penerapan teknik *hyperlapse* dan *timelapse* yang digabungkan dengan *style cinematography* memerlukan perencanaan yang matang dan ketepatan waktu pengambilan gambar serta teknik pengambilan gambar objek menjadi fokus utama.

Teknik *hyperlapse* dan *timelapse* ini diterapkan untuk menampilkan objek-objek wisata yang berada di Curup Rejang Lebong yang divisualisasikan dalam bentuk video promosi. Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Teknik *Hyperlapse* dan *Timelapse* pada Video Promosi Rejang Lebong” dengan adanya iklan video 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 masalah yang telah penulis uraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yakni “Bagaimana cara membuat dan

menerapkan teknik *hyperlapse* dan *timelapse* pada video promosi Wisata Curup Rejang Lebong ?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bentuk akhir dari skripsi ini berupa video promosi.
2. Teknik yang digunakan adalah penggabungan *Hyperlapse* dan *Timelapse*.
3. Tahap memproduksi iklan meliputi tahap pra produksi (penetapan ide cerita, pembuatan naskah cerita, pembuatan *storyboard*) tahap produksi (tata *setting*, tata suara, tata cahaya) dan tahap pasca produksi (*editing*, pemberian *effect*, *coloring*, penggabungan *audio* dan video).
4. Alat yang digunakan dalam proses produksi Tripod & *Shutter Release* dan *software* yang digunakan dalam proses *editing* adalah *Adobe Premiere*, *Adobe After effect* serta *software* pendukung lainnya.
5. Iklan di tayangkan melalui stasiun televisi lokal oleh pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Curup Provinsi Bengkulu dan di sosial media seperti Youtube, Facebook, dan Instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menerapkan teknik *Hyperlapse* dan *Timelapse* pada video promosi Pariwisata Rejang Lebong.
2. Untuk mempelajari serta merancang video dengan kombinasi *photography* dengan teknik *hyperlapse* dan *timelapse*.
3. Mampu menerapkan prinsip *photography* agar menjadikan video lebih mudah dipahami dan lebih indah.

4. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1) Jurusan Sistem Informasi pada STIMIK AMIKOM Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Bagi Peneliti

1. Sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana komputer di jenjang Strata Satu (S1) pada STIMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Sebagai sarana mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dari STIMIK AMIKOM Yogyakarta, khususnya dalam bidang Multimedia.
3. Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan mengenai ilmu penerapan *Visual effect* dan proses pembuatan video *hyperlapse* dan *timelapse*.

1.5.2. Manfaat Bagi Pariwisata Rejang Lebong

2. Sebagai koleksi karya video promosi wisata dalam bidang promosi pariwisata Daerah Rejang Lebong.
3. Sebagai media promosi pariwisata Daerah Rejang Lebong.

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

Dalam pengumpulan data dan informasi untuk memecahkan permasalahan yang ada, penulis menggunakan beberapa metode antara lain:

1.6.1 Pengumpulan Data

- a. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap video sejenis untuk menambah pengetahuan sebagai bahan penyusunan skripsi.

- b. Metode Kepustakaan

Pengumpulan data dengan cara berpedoman pada buku dan referensi dari berbagai sumber, seperti internet atau perpustakaan yang semuanya berhubungan dengan skripsi penulis dan mendukung permasalahan yang ada.

c. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan pengelola untuk mengetahui informasi yang penulis butuhkan.

1.6.2 Analisis

Melakukan identifikasi perkiraan kebutuhan yang dihasilkan dari penelitian awal. Disamping itu dilakukan analisis mengenai teknologi, seperti media yang digunakan.

1.6.3 Perancangan

Pada tahap ini penulis menjabarkan secara rinci yang dilakukan dan bagaimana video promosi ini akan dibuat. Tahap ini biasanya menggunakan *storyboard* untuk menggambarkan deskripsi tiap *scene*, dengan mencantumkan semua objek multimedia dan tautan ke *scene* lain.

1.6.4 Produksi

File-file multimedia berupa gambar dan video yang sudah didapat kemudian dirangkai dan disusun sesuai desain. Pada proses ini sangat dibutuhkan kemampuan dari ahli agar mendapatkan hasil yang baik.

1.6.5 Testing

Uji coba dilakukan dengan menerapkan hasil akhir video tersebut pada tahap video testing secara minor dan dilakukan evaluasi. Hal ini dimaksudkan agar apa yang telah dibuat sebelumnya memang tepat sebelum dapat diterapkan secara masal melalui iklan televisi.

1.6.6 Evaluasi

Melakukan pengoreksian ulang terhadap kinerja yang merujuk pada hasil pengerjaan video promosi yang di produksi.

Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat 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- literature, dokumentasi, serta informasi dari berbagai pihak.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini terdapat tinjauan umum tentang obyek penelitian, analisis masalah, solusi yang diberikan, analisis kebutuhan, dan rancangan aplikasi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan tahapan mengenai yang penulis lakukan, dalam pengembangan aplikasi, testing hingga penerapan aplikasi di obyek penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

