

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan salah satu industri jasa terbesar saat ini mampu mempengaruhi pertumbuhan ekonomi global. Berbagai macam tujuan orang untuk melakukan perjalanan wisata seperti halnya sekedar bersenang-senang, melihat peninggalan-peninggalan sejarah dan prasejarah, event-event tertentu, keindahan alam, perjalanan agama dan lain sebagainya. Kabupaten Purworejo memiliki potensi SDA ( sumber daya alam ) yang sangat banyak, seperti pantai, air terjun, goa, museum dan kebudayaan yang dimiliki. Kemajuan teknologi yang sangat pesat, internet/web, social media kini merupakan salah satu sarana yang sangat potensial untuk mempromosikan potensi wisata alam di Kabupaten Purworejo. Kabupaten Purworejo yang mempunyai potensi wisata alam yang menjanjikan. Keindahan alam yang eksotis, masih alami yang belum banyak dijamah orang.

Berdasarkan hal tersebut penulis Menggunakan sebuah video untuk memperkenalkan wisata alam dinilai efektif, pesan akan mudah dimengerti karena sifatnya hanya memaparkan kejadian sebenarnya di tempat objek wisata tersebut. Dengan menggunakan teknik *timelapse* dan *hyperlapse*, yaitu sekumpulan still foto yang diambil dengan periode yang beraturan untuk menggambarkan proses perubahan suatu objek agar dapat mengabadikan pemandangan alam dengan latar belakang keindahan awan dan mengambil pemandangan dengan pergerakan matahari.

Penulis berharap setelah adanya video ini dapat mengenalkan dan meningkatkan minat wisatawan lokal maupun dari luar daerah Purworejo. Sehingga berimbas pemingkatnya perekonomian di Kabupaten Purworejo.

## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat disimpulkan yaitu, bagaimana pembuatan video Untuk Mempromosikan kepada masyarakat potensi keindahan alam Purworejo dengan menggunakan teknik *Timelapse* dan *Hyperlapse* ?

## 1.3 Batasan masalah

Agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat dicari pemecahan masalah yang optimal. Beberapa batasan masalah dibuat sebagai berikut :

1. Analisis tempat wisata yang akan diangkat dalam pembuatan video promosi potensial keindahan alam Purworejo.
2. Objek wisata yang diangkat yaitu Curug Muncar, Curug Silangit, Curug Sidhandhang, Masjid Darul Muttaqin dan Satsiun Purworejo.
3. Video iklan ini menggunakan teknik *live shoot*, *timelapse* dan *hyperlapse*
4. Iklan ini bergenre pendek dengan durasi putar 30-45 detik.
5. Kualitas iklan yang dihasilkan adalah HDTV 720p 24 High Quality Video, 1280 x 720 Video Size dengan type data (*.mp4*).
6. Perangkat lunak yang digunakan :
  - a. Adobe Photoshop CC 2015
  - b. Adobe Premiere CC 2015
  - c. Adobe After Effect CC 2015
  - d. Adobe Audition CC 2015

## 1.4 Tujuan penelitian

Tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini, adalah sebagai berikut :

1. Membuat video iklan sebagai sarana promosi potensi wisata alam di Kabupaten Purworejo menggunakan teknik *timelapse* dan *hyperlapse*.

2. Menambah pengetahuan periklanan dan media promosi
3. Sebagai syarat kelulusan pendidikan Strata 1 (S1) pada STMIK AMIKOM YOGYAKARTA jurusan Teknik Informatika

## **1.5 Metode penelitian**

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

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Sebagai usaha untuk memperoleh data yang benar, relevan dan sesuai dengan kebutuhan permasalahan yang dihadapi, maka diperlukan metode pengumpulan data yang tepat guna tercapainya tujuan dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain :

#### **1.5.1.1 Metode Wawancara**

Pengumpulan data melalui tatap muka dan Tanya jawab kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lebih terinci serta akurat yang berhubungan dengan penelitian, antara lain tempat wisata dan Dinas KOPERINDAGPAR (Dinas Koperasi Perindustrian Perdagangan Dan Pariwisata Kabupaten Purworejo).

#### **1.5.1.2 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 Kabupaten Purworejo.

### **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**

Metode ini merupakan penggambaran bagaimana video promosi ini di bentuk, mulai dari tahap penentuan konsep dan bentuk visual yang ingin diberikan, serta pembuatan *story board* dan *screen play*.

#### **1.5.4 Metode Pengembangan**

Tahap ini adalah dilakukakannya 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 (youtube, instagram, dll).

#### **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**

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 refrensi 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 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 apa yang penulis lakukan, dalam pengembangan aplikasi, testing hingga penerapan aplikasi di obyek penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

