

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Desa pemancingan Janti merupakan suatu desa dengan mayoritas para penduduknya menggantungkan hidupnya dengan usaha pemancingan. Selain pemancingan, di kawasan desa janti banyak sumber mata air yang biasa disebut oleh warga sekitar dengan nama "Umbul". Jadi desa Janti memiliki potensi pariwisata yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan warga sekitar. Namun pada kenyataannya belum banyak orang yang mengetahui potensi desa Janti karena terkendala publikasi. Warga-warga dari daerah lain hanya sebatas mengetahui berdasarkan info dari orang yang pernah mengunjungi Desa Janti sehingga potensi Desa Janti belum tereksplorasi secara maksimal yang berujung pada pendapatan warga desa yang belum maksimal. Kendala utama dari permasalahan yang dihadapi warga Desa Janti adalah permasalahan publikasi. Oleh karena itu perlu dibuat suatu alat publikasi yang dapat menampilkan profil Desa Janti agar dapat diketahui banyak orang dan tertarik untuk mengunjungi Desa Janti. Salah satu sarana Publikasi yang dapat digunakan adalah pemanfaatan Iklan yang berbentuk video.

Video promosi merupakan sebuah media berbasis multimedia yang sangat membantu perusahaan untuk memasarkan sebuah produk dan jasa. Seperti yang dilansir buku, *Fatah Sofyan, Amir, Purwanto, Agus. 2008. DIGITAL MULTIMEDIA : Animasi, Sound editing, & Video Editing, Andi : Yogyakarta*

menyebutkan bahwa multimedia merupakan pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar gerak (Video dan animasi) dengan menggabungkan link dan tool yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi(Hofsetter 2001).[1]

Pembuatan video dipilih karena memiliki keunggulan dibandingkan brosur ataupun foto. Brosur hanya memuat dua unsur yaitu teks dan gambar, sementara foto hanya memuat unsur gambar. Berbeda dengan video, video memuat empat unsur yaitu gambar, suara, teks, dan animasi. Jika dikaitkan dengan objek wisata pemancingan Desa Janti, dengan cara membuat video maka objek wisata pemancingan Desa Janti dapat secara mendalam dieksplorasi. Salah satu cara teknik pembuatan video adalah teknik *Timelapse* dan teknik *Hyperlapse*. Alasan menggunakan teknik *Timelapse* dan teknik *Hyperlapse* karena sedikit memakan biaya dibandingkan dengan teknik Live Shoot. Selain itu belum banyak Video iklan yang menggunakan teknik *Timelapse* dan *Hyperlapse*. Teknik pengambilan gambar juga menjadi perhatian jika nantinya akan dikombinasikan dengan visual effect yang telah direncanakan sebelumnya.

*Timelapse* fotografi adalah teknik sinematografi dimana frekuensi waktu pengambilan gambar jauh lebih lama dari hasil videonya. Objek – objek dan waktu yang diambil dalam waktu beberapa menit ataupun bulan dapat dilihat hanya dengan beberapa menit atau detik.[2] Sedangkan *Hyperlapse* adalah teknik pembuatan film yang melibatkan perekaman video sementara bergulir disekitar titik dan kemudian mempercepat rekaman dalam pasca produksi. *Hyperlapse*

sendiri adalah sebuah pengembangan dari teknik bidang fotografi yang mengabungkan frame-frame foto yang di ambil dalam priode dan jarak tertentu yang memasukan pergerakan kamera yang kemudian di gabungkan menjadi sebuah video singkat[3]. Pada dasarnya *Timelapse* dan *Hyperlapse* hampir sama. Namun yang membedakan keduanya hanya terletak pada teknik pengambilan gambarnya.

Dari masalah tersebut maka penulis akan menggunakan Teknik *Timelapse* dan *Hyperlapse* dalam merancang video promosi Desa pemancingan Janti yang nantinya diharapkan dapat lebih mudah mengimplementasikan beberapa prinsip fotografi dalam proses pembuatan video. Teknik *Timelapse* dan *Hyperlapse* adalah inti dari skripsi yang penulis ambil, yaitu **"Pembuatan video dengan teknik *Timelapse* dan *Hyperlapse* sebagai media promosi pada Desa pemancingan Janti Klaten"**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka perumusan masalah dalam penyusunan skripsi ini adalah

"Bagaimana pembuatan video promosi dengan teknik *Timelapse* dan *Hyperlapse* pada desa pemancingan Janti?"

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka peneliti membuat batasan masalah untuk mempermudah penelitian, meliputi :

1. Video promosi ini berupa video yang di tambahkan teknik *Timelapse*, *Hyperlapse*, Live Shoot.

2. Informasi yang di tampilkan meliputi tempat tempat menarik yang ada pada Desa Janti.
3. Hasil implementasi *Hyperlapse* ini akan berbentuk video promosi berdurasi 120 detik/ 2 menit dan akan menjadi kewenangan Desa Janti dalam penayangannya.
4. Menggunakan format file video .mpeg2 dengan resolusi HDTV (High Definition Television).
5. Kuisisioner terkait kualitas video hanya akan diberikan kepada masyarakat Desa Janti.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan Video promosi dengan teknik *Timelapse* dan *Hyperlapse* pada desa pemancingan Janti.
2. Mengenalkan desa pemancingan janti sebagai pilihan kawasan wisata kepada masyarakat.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata I Sistem Informasi pada Universitas Amikom Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Bagi Peneliti**

1. Menerapkan ilmu teoritis yang di dapat selama menempuh studi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

2. Mampu menerapkan salah satu teknik pembuatan video , yaitu *Timelapse* dan *Hyperlapse*.

### **1.5.2 Manfaat Akademis**

1. Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa dalam bentuk Skripsi, di bidang multimedia.
2. Referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi, bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan Skripsi.

### **1.5.3 Manfaat Bagi Obyek**

1. Sebagai media promosi Desa pemancingan janti,
2. Mengenalkan Desa pemancingan janti kepada wisatawan Domestik maupun Asing.
3. Mengenalkan kawasan-kawasan menarik yang ada pada Desa Janti.

### **1.6 Metode Penelitian**

Pengumpulan data sangatlah penting dalam penyusunan skripsi ini. Pengumpulan informasi dan data harus akurat dan sesuai dengan judul yang penulis angkat sebagai skripsi ini. Dalam pembuatan skripsi ini penulis menerapkan pengambilan data sebagai berikut :

#### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

1. Observasi

Mengadakan pengamatan langsung terhadap video sejenis untuk memperoleh informasi tambahan yang dapat dijadikan bahan penulisan skripsi ini.



## 2. Kepustakaan

Penulis ini berpedoman pada buku yang sudah ada, baik dari perpustakaan yang disesuaikan dengan objek penelitian maupun dari buku lain dan literatur-literatur yang diperoleh dari internet yang semuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas yang mendukung.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan informasi dengan cara mempelajari arsip-arsip yang berhubungan dengan informasi mengenai kawasan yang dijadikan bahan konsep pembuatan video ini.

### 1.6.2 Metode Analisis

Metode ini digunakan untuk menguraikan suatu permasalahan yang ada pada kasus yang diteliti, dan metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah metode SWOT, Menurut Fred David (1997,134)[4], analisa SWOT adalah metode perencanaan strategis yang berfungsi untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Metode analisis SWOT terdiri dari:

#### 1. Kekuatan / Strength

Sebuah kekuatan perusahaan adalah sumber daya dan kemampuan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan competitive advantage. Contoh dari kekuatan tersebut meliputi:

- 1) Hak paten
- 2) Nama merek yang kuat
- 3) Reputasi yang baik dimata para pelanggan
- 4) Keuntungan biaya operasional
- 5) Akses eksklusif dalam sumber daya alam kelas tinggi

## **2. Kelemahan / Weakness**

Kelemahan adalah sesuatu yang menyebabkan satu perusahaan kalah bersaing dengan perusahaan lain. Dalam beberapa kasus, kelemahan bagi satu perusahaan mungkin merupakan suatu kekuatan bagi perusahaan lainnya. Sebagai contoh, berikut ini dapat dianggap sebagai Weakness:

- 1) Kurangnya perlindungan hak paten
- 2) Nama merek yang lemah
- 3) Reputasi buruk di antara para pelanggan
- 4) Struktur biaya tinggi
- 5) Kurangnya akses sumber daya alam yang baik
- 6) Kurangnya akses untuk saluran distribusi utama

## **3. Peluang/Opportunities**

Analisis lingkungan eksternal dapat membuahkan peluang baru bagi sebuah perusahaan untuk meraih keuntungan dan pertumbuhan. Beberapa contoh kesempatan tersebut adalah:

- 1) kebutuhan pelanggan yang tidak dipenuhi dipasar
- 2) kedatangan teknologi baru
- 3) pelanggaran peraturan

- 4) penghapusan hambatan perdagangan internasional

#### **4. Ancaman / Threat**

Perubahan dalam lingkungan eksternal jugadapat menghadirkan ancaman bagi perusahaan. Beberapa contoh ancaman tersebut adalah:

- 1) perubahan selera konsumen dari produk-produk perusahaan
- 2) munculnya produk-produk pengganti
- 3) peraturan baru
- 4) peningkatan hambatan perdagangan

#### **1.6.3 Metode Implementasi**

Metode untuk menerapkan karya yang dibuat sebagai karya ilmiah penulis

#### **1.6.4 Metode Evaluasi**

Setelah melaksanakan implementasi, tahap selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan produk, dalam penelitian ini adalah video.

#### **1.7 Sistematika Penellttian**

Untuk memudahkan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan secara sederhana yang terdiri dari :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metodologi Pengumpulan dan Sistematika Penulisan.



## BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan pengertian multimedia, tahap pembuatan video, pengertian dan konsep *Timelapse*, *Hyperlapse*, *Live Shooting*, dan *Visual Effect* dan juga perangkat lunak yang di gunakan.

## BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan analisis yang di gunakan ide cerita, storyboard , tema pada penggunaan teknik *Timelapse* dan *Hyperlapse* pada video yang akan dibuat.

## BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan bagaimana pembuatan video dengan teknik *Timelapse* dan *Hyperlapse* untuk media promosi agar video yang di hasilkan lebih baik, pra produksi(standar property, membuat layout dan storyboard), produksi (mengcapture foto, menentukan timing, cleaning), hingga pada tahap pasca produksi (coloring, editing, dan juga composing).

## BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya yang bersifat membangun dari pembahasan yang ada pada penyusunan skripsi.

## DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan skripsi.