

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang periklanan, khususnya periklanan dalam media televisi bagi pariwisata suatu daerah yang sangat diperlukan. Dalam sebuah periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk mempromosikan tempat pariwisata di suatu daerah, periklanan televisi menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan text.

Purworejo merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Purworejo dikenal juga dengan beragam macam kuliner serta banyak terdapatnya tempat-tempat bersejarah, situs Goa Seplawan, Masjid Agung, Museum Tosan Aji, dan masih banyak yang lainnya. Namun karena tempat wisata yang lokasinya terpencil, banyak wisatawan tidak mengetahui akses jalan untuk ke tempat tersebut. Sampai saat ini media yang dipakai untuk mempromosikan tempat wisata hanyalah sebuah brosur atau baliho yang didalamnya sangat minim informasi tentang tempat wisata yang akan dikunjungi.

Melihat adanya permasalahan diatas penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentang "Pembuatan Video Iklan sebagai Sarana Promosi Wisata Kabupaten Purworejo dengan Menggunakan Teknik *Timelapse*" untuk berupaya semaksimal mungkin membuat sebuah iklan televisi yang diharapkan lebih banyak pengunjung serta lebih dikenal dikalangan masyarakat luas pada umumnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah adalah bagaimana membuat iklan televisi untuk promosi wisata Kabupaten Purworejo.

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian ini hanya dibatasi pada :

1. Video iklan ini dibuat dengan penerapan teknik *timelapse*.
2. Video iklan ini akan berisi tentang pantai ketawang, curug siklotok, dan goa seplawan.
3. Durasi dan format mengikuti aturan tv lokal.
4. Iklan ini akan ditayangkan pada tv lokal.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Memperkenalkan pantai ketawang, curug siklotok, dan goa seplawan kepada masyarakat luas melalui video iklan.
2. Membuat video iklan sebagai sarana promosi wisata Kabupaten Purworejo menggunakan teknik *timelapse*.
3. Menerapkan ilmu yang telah didapat selama masa studi di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah :

1. Manfaat bagi penulis
  - a. Dapat menambah pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut Perancangan Iklan Televisi.
  - b. Dapat menyusun skripsi pada program S1 Sistem Informasi STIMIK "AMIKOM" Yogyakarta.
2. Manfaat bagi pariwisata Kabupaten Purworejo
  - a. Memperkenalkan wisata yang ada di Kabupaten Purworejo ke masyarakat.
  - b. Menambah media promosi pariwisata di Kabupaten Purworejo.
3. Manfaat bagi *production house*
  - a. Dapat memberikan saran dan kritik atas apa yang telah dibuat.
  - b. Menjadi bahan evaluasi sebagai tolak ukur dalam keberhasilan dalam pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik *timelapse*.

## 1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan antara lain :

1. Pengumpulan data
  - a. Wawancara (Interview)

Mengadakan tanya jawab langsung kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Purworejo untuk mencari data tentang pariwisata untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

b. Pengamatan Langsung (Observasi)

Penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu berupa tempat wisata yang ada di Kabupaten Purworejo untuk kebutuhan pengambilan gambar untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

c. Perpustakaan (library)

Cara yang dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah dan lain-lainnya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan televisi.

2. Analisis

Mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan dalam iklan televisi sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya.

3. Perancangan

Tahap ini merupakan gambaran bagaimana iklan dibentuk sesuai rancangan yang telah dibuat.

4. Pengambilan gambar dan editing

Merancang dan membuat sebuah bentuk video untuk kebutuhan televisi.

5. Implementasi

Menayangkan sebuah video iklan untuk ditayangkan di televisi. Tahap ini meliputi pengoreksian dan penayangan iklan.

**1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

**BAB I PENDAHULUAN**

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

**BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitannya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan televisi untuk media informasi, seperti konsep dasar iklan.

### **BAB III PERANCANGAN**

Bab ini menguraikan tentang ide cerita, *storyboard*, serta tema pada implementasi teknik *timelapse* pada video promosi pariwisata..

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menguraikan tentang langkah produksi dan langkah paska produksi pada pembuatan video iklan untuk Pariwisata Purworejo menggunakan teknik *timelapse*.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari proses pembuatan iklan televisi dan saran untuk perbaikan iklan yang sudah dihasilkan untuk masa yang akan datang.