

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Surakarta atau dikenal dengan nama Solo merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki nilai-nilai sejarah yang cukup kuat. Kota Solo menjadi saksi suatu peradaban kuno ditandai dengan keberadaan keraton Kasunanan Surakarta. Kerajinan gamelan, kerajinan batik, dan wayang menjadi bukti sebuah peradaban yang hingga kini tetap dilestarikan. Selain kental akan nilai sejarahnya, masyarakat Kota Solo pun adalah masyarakat yang sangat ramah.

Seiring berjalannya waktu Kota Solo menjadi salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia. Dengan nilai sejarah yang kuat dan didukung keramahan masyarakat kota Solo maka Kota Solo menjadi salah satu tujuan wisata yang cukup menarik baik untuk wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala bagian promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Solo, dibutuhkan sebuah video iklan pariwisata Kota Solo berbahasa Inggris dengan durasi 30 detik. Didalamnya ditampilkan kebudayaan, keramahan masyarakat, serta tempat bersejarah di Kota Solo secara singkat. Dengan adanya iklan tersebut kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Solo akan lebih optimal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah “Bagaimana membuat sebuah video iklan promosi pariwisata Kota Solo?”

1.3 Batasan Masalah

1. Video promosi Kota Solo dibuat berdurasi 30 detik.
2. Tempat-tempat yang akan ditampilkan dalam iklan adalah tempat-tempat yang berada di kota Solo.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan yang akan dicapai peneliti adalah membuat video berjudul “Welcome to Solo” sebagai media promosi pariwisata Kota Surakarta sehingga dapat meningkatkan efektivitas informasi serta peningkatan pelayanan kepada masyarakat.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1.5.1.1 Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan video promosi pariwisata kota-kota lain. Selain itu juga mengamati berbagai video timelapse.

1.5.1.2 Metode Kepustakaan

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur-literatur yang digunakan pada penelitian ini dari membaca buku-buku referensi yang diantaranya didapatkan dari perpustakaan STMIK Amikom Yogyakarta dan juga literatur-literatur yang didapat dari internet.

1.5.1.3 Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta mengenai potensi wisata Kota Surakarta. Konsultasi dengan beberapa pihak ahli lain juga dilakukan, sebagai contoh pihak ahli periklanan.

1.5.2 Metode Perancangan

Dimulai dari perencanaan dalam pembuatan video "welcome to solo" yang meliputi perencanaan pengambilan gambar, setting tempat, tahap casting, menentukan kru produksi, merencanakan properti yang akan digunakan, serta merinci anggaran biaya. Kemudian dilanjutkan dengan proses pra produksi, yaitu pembuatan sinopsis, skenario, naskah, storyboard, dan lain sebagainya.

1.5.3 Metode Implementasi

Setelah melalui tahapan perencanaan maka dilanjutkan dengan implementasi yang berupa produksi video "welcome to solo" yakni proses pengambilan gambar kemudian tahap pasca produksi yakni proses editing hingga rendering.

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dijelaskan tentang pengertian multimedia, tahap pembuatan video, pengertian timelapse, konsep timelapse, serta perangkat lunak yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan analisis yang digunakan, ide cerita, storyboard, tema pada implementasi teknik fotografi timelapse.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan bagaimana pembuatan teknik fotografi timelapse untuk media promosi agar footage yang dihasilkan lebih baik, pra produksi (properti, membuat *layout*, dan *storyboard*), produksi (mengcapture foto,

memntukan *timing, cleaning, shooting*), hingga tahap pasca produksi (*color grading, editing, compositing*).

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 daftar buku maupun sumber-sumber yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi ini.

