

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penulis mengambil obyek wisata sebagai tempat untuk melakukan penelitian, karena sesuai dengan tema yang diangkat sebagai laporan skripsi. Obyek wisata Kalawa Waterpark merupakan sebuah obyek wisata yang berada di wilayah Palangkaraya, Kalimantan Tengah. Kalawa Waterpark Palangka Raya berdiri diatas lahan seluas 3 hektar merupakan wahana air pertama dan terbesar di Kalimantan Tengah. Terdiri atas Kolam Anak, Kolam Arus dan Kolam Seluncur menjadikan Kalawa Waterpark salah satu tujuan wisata keluarga terbaik di kota Palangka Raya.

Namun obyek wisata Kalawa Waterpark masih kurang dikenal karena jarang sekali yang mengekspos dan memberitakannya. Sangat disayangkan apabila obyek wisata potensial ini tidak dibantu dengan sebuah publikasi yang baik dan menarik sehingga menarik perhatian wisatawan untuk mengunjunginya. Oleh karena itu pembuatan iklan televisi pada objek wisata Kalawa Waterpark diharapkan dapat membantu kegiatan promosi dan publikasi pada objek wisata tersebut sehingga menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Kalawa Waterpark.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diungkapkan sebelumnya, maka penulis dapat menarik permasalahan pokok yang dibahas dalam penelitian ini adalah Bagaimana pembuatan iklan video *Company Profile* Kalawa Waterpark Palangka Raya untuk ditayangkan di TVRI lokal Kalteng?

1.3 Batasan Masalah

Iklan televisi ini membuat informasi pada objek wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya. Supaya tercipta kesan menarik, dalam penelitian ini berfokus pada tema keceriaan bersama keluarga pengunjung wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya, serta dapat menonjolkan objek wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya secara khusus.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang dan membuat iklan televisi berdurasi 30 detik pada objek wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya, untuk ditayangkan di TVRI lokal Palangka Raya sehingga dapat membantu peningkatan pengunjung pada objek wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat bagi penulis, dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat menambah, memperdalam serta mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh selama kuliah, khususnya pengetahuan pada bidang multimedia yang menyangkut pembuatan iklan, disamping itu pula menjadi syarat yang utama dalam menyelesaikan program kelulusan Strata-1 Sistem Informasi STMIK "AMIKOM" Yogyakarta.

Bagi kalangan pembaca, diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai hal-hal yang menyangkut tentang multimedia yang meliputi banyak media yaitu seni, video, audio, animasi, gambar serta dapat memberikan motivasi untuk lebih meningkatkan kualitas belajar dalam mempelajari tentang multimedia dan pemanfaatannya pada bidang periklanan.

Bagi perusahaan, dapat dijadikan acuan dalam mengetahui bagaimana perancangan iklan televisi yang telah dibuat, sehingga akan memberikan kemudahan pada perusahaan dalam melakukan promosi dan publikasi di kemudian hari.

1.6 Metode Pengumpulan

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

1) Studi Literatur

Dalam studi ini, mengacu pada studi pustaka maupun referensi lain yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari sumber buku , brosur maupun dari sumber media internet sebagai acuan dalam pembuatan, perancangan dan pengembangan iklan yang akan dibuat.

2) Metode Wawancara

Melakukan tanya jawab terhadap pengelola dan sekaligus penanggung jawab penuh perusahaan obyek wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya, dalam rangka memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan guna kepentingan penelitian dan perancangan sistem.

3) Metode Observasi

Melakukan pengamatan dan pengambilan gambar terhadap obyek wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya yang akan diangkat sebagai objek untuk perancangan iklan tersebut.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan skripsi ini lebih terarah pada permasalahan dan keteraturan dalam penulisan maupun penyusunannya maka dibuat dalam beberapa bab, adapun masing-masing bab secara garis besar diuraikan sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

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

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori yang mencakup pembuatan maupun perancangan iklan, meliputi teori-teori mengenai dunia periklanan televisi dan software yang akan digunakan untuk merancang.

BAB III: ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Dalam bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan dan menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian tentang seperti sejarah singkat berdirinya objek penelitian, lokasi, layanan yang diberikan, peresmian, visi-misi dan struktur organisasi serta membahas tentang perancangan iklan berupa story board.

BAB IV: IMPLEMENTASI SISTEM DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan secara lengkap proses produksi iklan yang meliputi pengambilan gambar, proses editing, penggabungan audio video sampai dengan proses finishing.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari pembuatan skripsi yang di dalamnya terdapat kesimpulan penelitian serta saran yang diberikan oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

