

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Zaman teknologi modern seperti saat ini perkembangan dan kemajuan teknologi komputer begitu pesat, sehingga mendorong juga berkembangnya sebuah informasi. Perkembangan informasi pariwisata dari tahun ketahun semakin meningkat, tetapi dalam mempromosikan dan memajukan pariwisata maupun festival atau *event-event* yang ada di daerah tersebut. Beberapa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang terletak di beberapa daerah masih menggunakan cara manual dalam mempromosikan pariwisatanya yaitu dengan cara memasang spanduk, poster, dan membagikan brosur. Cara promosi yang digunakan secara manual ini membuat terbatasnya pengetahuan dan informasi masyarakat secara luas tentang pariwisata yang ada di daerah tersebut.

Kabupaten Buleleng merupakan daerah yang memiliki potensi pariwisata alam yang sangat luar biasa. Kabupaten Buleleng adalah sebuah kabupaten di provinsi Bali, Indonesia. Ibu kotanya ialah Singaraja.

Buleleng berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah utara, Kabupaten Jembrana di sebelah barat, Kabupaten Karangasem di sebelah timur dan Kabupaten Bangli, Tabanan serta Badung di sebelah selatan. Secara keseluruhan luas wilayah Kabupaten Buleleng adalah 136.588 hektar atau 24,25% luas Propinsi Bali dan memiliki panjang ruas pantai sekitar 144 km. Kabupaten Buleleng merupakan

daerah berbukit yang membentang di bagian selatan, sedangkan di bagian utara merupakan dataran rendah.

Pelaksanaan Lovina Festival yang digagas Pemerintah serta didukung sejumlah komponen pariwisata di Buleleng sebagai upaya untuk membangkitkan industri pariwisata di Buleleng, khususnya di Lovina sebagai Ikon Pariwisata Bali Utara dengan memanfaatkan potensi-potensi yang dimiliki Buleleng dalam berbagai bidang termasuk memberdayakan warga masyarakat sebagai penyangga Kawasan Lovina.

Saat ini lebih banyak orang, masyarakat, pengusaha ataupun pemerintah memilih menggunakan media elektronik sebagai media promosi khususnya media internet dan televisi. Media internet dan televisi dipilih karena jangkauan yang dicapai lebih luas dan media internet maupun televisi menyajikan tampilan *audio* dan *visual* sehingga lebih menarik dan mudah dipahami. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Buleleng belum membuat iklan sebagai media promosi untuk Lovina Festival di tahun 2016 yang direncanakan sekitaran bulan September atau Oktober 2016. Maka untuk membantu mempromosikan festival tahunan ini, penulis akan membuat sebuah video iklan menggunakan video dokumenter yang diambil sendiri dengan kualitas yang cukup bagus tetapi dengan biaya yang murah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diambil rumusan masalahnya yaitu bagaimana merancang iklan "Visit Lovina

Festival 2016” sebagai media promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Buleleng dengan biaya murah tetapi dengan kualitas gambar yang baik?

### 1.3 Batasan Masalah

Fokus pembahasan dalam hal ini dibatasi dengan ruang lingkup yang lebih sempit, yaitu:

1. Video iklan *Visit Lovina Festival 2016* dibuat hanya berdasarkan video dokumentasi.
2. Storyboard disusun berdasarkan video-video yang telah diambil.
3. Video yang digunakan di iklan beberapa disusun berdasarkan lirik di *jingle Wonderful Indonesia*.
4. Variasi *angle* yang terbatas.
5. Hasil iklan “*Visit Lovina Festival 2016*” dibuat dengan durasi waktu hanya 30 detik.
6. Iklan hanya ditayangkan di media internet seperti Youtube, maupun media-media sosial lainnya.
7. Software yang digunakan dalam merancang video iklan ini adalah, Adobe Premier Creative Cloud 2015 dan Adobe Creative Cloud 2015.

### 1.4 Tujuan Penelitian

1. Membuat video iklan “*Visit Lovina Festival 2016*” yang akan ditayangkan di media internet seperti Youtube maupun media-media sosial lainnya sebagai media promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Buleleng dengan biaya murah dan kualitas yang baik.

2. Membuat iklan yang dapat menarik minat wisatawan lokal, domestik dan internasional untuk berwisata ke Kabupaten Buleleng pada saat *event* Lovina Festival 2016.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Mendapat title sebagai Sarjana Komputer (S.Kom) karena telah menyelesaikan kuliah untuk jenjang Strata 1 pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
2. Menghasilkan video iklan "Visit Lovina Festival 2016" dengan biaya yang murah dan kualitas yang baik.

### **1.6 Metode Pengumpulan Data**

Sebagai penunjang keakuratan penulis dalam informasi yang akan disampaikan maka diambil beberapa metode pengumpulan data yaitu :

#### **1.6.1 Metode Observasi**

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti. Dalam hal ini, pengamatan dilakukan langsung saat berlangsungnya acara Lovina Festival 2015 pada tanggal 27 September 2015 di Pantai Binaria, Lovina, Kabupaten Buleleng.

#### **1.6.2 Metode Wawancara**

Metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan pihak penyelenggara acara. Adapun wawancara dilakukan dengan Kepala Seksi Kerjasama dan Pemasaran yaitu Bapak Drs. I Nyoman Sempiden sebagai perwakilan dari Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Buleleng.

Pada wawancara ini beliau memberikan beberapa informasi mengenai acara Lovina Festival ini serta memberikan perijinan dalam menggunakan acara Lovina Festival ini sebagai objek skripsi penulis.

### **1.6.3 Metode Pustaka**

Selain mengumpulkan data dalam penyusunan skripsi ini dilakukan juga penelitian literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas, membaca buku-buku tentang periklanan dan videografi di perpustakaan STMIK AMIKOM Yogyakarta sebagai referensi di dalam penyusunan skripsi ini.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Penyusunan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan, sehingga diharapkan akan lebih mudah untuk mengerti dan mendapat manfaat dari penulisan ini. Adapun uraian singkat dari penulisan ini adalah :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan serta langkah-langkah pembuatan iklan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan secara teoritis tentang konsep dasar tentang pengertian multimedia, objek multimedia, gambaran umum tentang periklan, fungsi periklanan, tujuan periklanan, jenis periklanan, strategi kreatif pembuatan iklan,

anggaran periklanan, *software* yang digunakan, *framing* dan jenis-jenis *shot*, sudut pengambilan kamera dan tahap dalam produksi iklan.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menguraikan tentang sejarah singkat Lovina Festival beserta jadwal dan tujuan dari festival ini. Bab ini juga menjelaskan strategi dalam perancangan iklan, tahap produksi, analisis kebutuhan sistem, dan langkah-langkah dalam pembuatan iklan.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan tahap-tahap implementasi penelitian, yaitu pemilihan perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*), serta pembahasan tahap produksi dan pasca produksi.

### **BAB V PENUTUP**

Kesimpulan dan saran skripsi “Perancangan dan Pembuatan Iklan Visit Lovina Festival 2016”.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**