

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan merupakan setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seseorang pembeli potensial dan mempromosikan penjual suatu produk atau jasa, untuk mempengaruhi pendapat publik, memenangkan dukungan publik untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan keinginan si pemasang iklan (Pattis,1990). Iklan begitu akrab dengan kehidupan kita. Mulai dari ketika bangun tidur dan membuka mata, sampai kita kembali tidur, ada banyak sekali iklan yang dapat kita saksikan.

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia teknologi pun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Salah satu hasil teknologi yang saat ini sudah sangat berkembang luas adalah televisi. Adapun televisi sebagai salah satu hasil teknologi, yang juga sebagai salah satu alat komunikasi, memiliki beberapa fungsi yaitu untuk menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempersuasi (*to persuade*), (Effendi, 1993).

Televisi, sebagai salah satu media periklanan, mempunyai keunggulan dibandingkan dengan media periklanan lainnya, karena televisi mampu menampilkan unsur kata-kata, music dan efek suara, serta gambar sekaligus. Dan juga, gambar yang ditampilkan oleh televisi bukanlah gambar mati, melainkan gambar hidup, yang dapat menimbulkan kesan mendalam dan daya tarik kepada para penoonton (effendi, 2000).

Adapun periklanan di televisi ini juga mempunyai beberapa keuntungan yaitu pervasiveness, dimana televisi dapat mempengaruhi apa yang kita pikirkan, bahkan apa yang kita pakai, cost efficiency, karena jangkauan televisi yang luas, dan impact, dampak yang sangat kuat dari televisi (Wells, 2000).

Oleh karena itu Sarana informasi berupa iklan yang memiliki audio visual baik merupakan sarana yang tepat untuk mempromosikan sebuah daerah yang baru berkembang, namun pengembangan di daerah Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat tidak merata karena potensi setiap daerah yang berbeda. Salah satunya bidang yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah bidang pariwisata. Dinas Pariwisata adalah instansi yang bertanggung jawab atas pengembangan objek wisata di daerah Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat, oleh karena itu harus mempunyai cara dan langkah-langkah yang ampuh untuk mempromosikan dan mengembangkan pariwisata daerahnya.

Kabupaten Lombok Utara merupakan salah satu bentuk pemekaran kabupaten, dimana kabupaten ini memekarkan diri sejak 5 tahun yang lalu dari kabupaten Lombok Barat.

Dengan demikian perancangan sebuah iklan pariwisata amatlah diperlukan untuk lebih mengenalkan dan mempromosikan kabupaten yang baru terbentuk ini. Namun sistem informasi periklanan yang dibutuhkan bukanlah sembarangan, karena memerlukan analisis terlebih dahulu agar informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan mudah dan dapat diterima oleh para wisatawan. Beranjak dari sebuah pepatah "**Kesan Pertama Begitu Menggoda, Selanjutnya Terserah Anda**" jadi pandangan pertama atau kesan pertama akan

menentukan minat seseorang untuk memilih daerah ini sebagai salah satu tujuan destinasi wisata.

Unuk membuat sebuah iklan memerlukan beberapa tahapan dari mulai tahap sebelum produksi, proses produksi itu sendiri, sampai proses sesudah produksi.

Berdasarkan latar belakang uraian diatas, maka penulis memilih judul “**ANALISIS DAN PREANCANGAN IKLAN PARIWISATA PADA KABUPATEN LOMBOK UTARA, NUSA TENGGARA BARAT**” dimana nantinya iklan ini akan memperlihatkan berbagai jenis destinasi wisata yang akan ditawarkan pada daerah Lombok Utara, dimana iklan ini akan ditambahkan dengan berbagai animasi, agar membuat iklan ini dikemas lebih menarik untuk lebih memikat para wisatawan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat sebuah iklan pariwisata dengan memadukan berbagai pengambilan sudut gambar dan dipadukan dengan animasi pada kabupaten lombok utara, nusa tenggara barat?

1.3 Batasan Masalah

1. Pembuatan iklan pariwisata ini berdurasi 30 detik
2. Pembuatan iklan ini berbasis 2D
3. Tempat wisata yang dijadikan objek adalah tempat wisata yang berada di

daerah Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat.

4. Dalam pembuatan iklan ini *software* yang digunakan adalah Adobe Photoshop CS6, Adobe Premiere Pro CS6, Adobe After Effects CS6.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Merancang iklan Pariwisata Pada Kabupaten Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat
2. Menerapkan ilmu teoritis yang didapat selama mengikuti pendidikan di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Sebagai sarana promosi, dan pembaca dapat mengamati proses pembuatan iklan pariwisata sebagai wacana untuk menambah wawasan dan tujuan destinasi wisata.
4. Sebagai syarat meraih gelar Strata I Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bekal untuk siap terjun ke dalam dunia kerja.
2. Mengetahui proses produksi sebuah iklan, dan kelak dapat diterapkan dalam dunia kerja
3. mempromosikan destinasi wisata pada daerah sendiri untuk menambah pemasukan daerah.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Agar data dapat diperoleh dengan akurat, maka penyusunan menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

1. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan cara meneliti destinasi wisata yang terdapat pada kabupaten lombok utara secara langsung. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data-data dan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

2. Studi Pustaka

Metode ini di gunakan untuk mengetahui lebih lanjut tentang sejarah perkembangan destinasi wisata pada kabupaten lombok utara untuk membandingkan secara teoritis dengan studi lapangan mengenai objek tersebut.

3. Metode Kepustakaan

Melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari permasalahan yang ada dari buku-buku dan internet yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi.

4. Metode Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti, metode ini dilakukan dengan mengamati dan mengikuti perkembangan iklan televisive sebagai referensi untuk mengumpulkan data.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

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 tulisan ini. Adapun uraian singkat mengenai isi tulisan ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan diuraikan mengenai pengertian animasi, teknik animasi, prinsip animasi, jenis animasi, teknik pengambilan gambar, tahap-tahap dalam pembuatan iklan, proses pembuatan animasi, dan *software* yang digunakan dalam pembuatan iklan.

BAB III TINJAUAN UMUM

Bab ini menjelaskan tentang konsep iklan yang penulis bahas, dan analisis mengenai pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan tahap-tahap bagaimana cara pembuatan iklan wisata serta langkah-langkah pembuatannya.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran pada pembuatan iklan pariwisata Pariwisata Pada Kabupaten Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat akan di jelaskan pada bab ini.