

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Taman Nasional Tanjung Puting (TNTP) di kelola oleh Balai Taman Nasional Tanjung Puting (BTNTP). Sebuah unit Pelaksanaan Teknis (UPT) Ditjen Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam (PHKA) kementerian kehutanan. Sejauh ini iklan yang mengkhususkan Taman Nasional Tanjung Puting belum ada. Oleh karena itu Balai Taman Nasional Tanjung Puting membutuhkan iklan visit agar memperkenalkan lebih kepada turis asing maupun turis domestik, informasi yang di peroleh didapat melalui Balai Taman Nasional Tanjung Puting yang sangat membutuhkan iklan tersebut yang bertujuan menambah jumlah pengunjung dan sadar bahwa ada satwa yang di lindungi seperti Orang Utan.

Jumlah Kunjungan wisatawan di Tanjung Puting tahun 2013 sekitar 13.000 orang, terdiri dari 8.500 turis asing, dan 4.500 turis domestik. Jadi turis asing lebih banyak datang ke ekowisata pusat rehabilitasi orangutan. Maka dari itu pihak Balai Taman Nasional Tanjung Puting ingin mempromosikan lebih kepada turis domestik, dengan cara promosi menggunakan media televisi menggunakan audiovisual.

Dengan adanya permasalahan di atas penelitian ini melihat adanya peluang untuk melakukan penelitian tentang **"Pembuatan Iklan Visit Taman Nasional Tanjung Puting 2014 Sebagai Media Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kotawaringin Barat"**.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah mengkaji latar belakang masalah tersebut maka peneliti mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses membuat iklan visit Taman Nasional Tanjung Puting di Kotawaringin Barat ?

1.3 Batasan Masalah

Maka perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat di cari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya:

- 1) Iklan ini berdurasi 53:00 detik, contoh duarasi iklan yang ini adalah iklan pada Rokok Sampoerna Mild yang berdurasi 01:31 detik sumber (www.youtube.com).
- 2) Iklan ini di tunjukan kepada Balai Taman Nasional Tanjung Puting untuk mempromosikan TNTP.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Sebagai syarat untuk kelulusan dan menyandang gelar Sarjana Komputer dalam bidang Informatika dan Komputer pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" YOGYAKARTA.
- 2) Memperkenalkan Taman Nasional Tanjung Puting kepada masyarakat dalam bentuk iklan televisi, agar masyarakat tertarik untuk mengunjungi Taman Nasional Tanjung Puting tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian bagi Manajemen Taman Nasional Tanjung Puting :

- 1) Membantu proses promosi Taman Nasional Tanjung Puting.
- 2) Memberikan informasi yang akurat dan menarik.
- 3) Menjadikan tempat wisata Taman Nasional Tanjung Puting sebagai salah satu tempat wisata yang memakai multimedia periklanan TV sebagai media promosi.

Manfaat bagi peneliti :

- 1) Menerapkan teori - teori yang diperoleh selama mengikuti pendidikan dengan dunia bisnis yang ada.
- 2) Sebagai tolak ukur untuk mengasah keterampilan serta kreatifitas.
- 3) Menambah wahana dan pengetahuan mahasiswa tentang pembuatan sebuah iklan televisi.
- 4) Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program SI Sistem Informasi

STMIK "AMIKOM" YOGYAKARTA

1.6 Metode Penelitian

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu digunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu :

1. Pengumpulan Data
 - 1) Wawancara (Interview)

Yaitu tanya jawab langsung kepada pihak Balai Taman Nasional Tanjung Puting (BTNTP), dalam hal ini kepada Bapak Ir. Soewignyo Selaku Kepala Balai Taman Nasional Tanjung Puting untuk mendapatkan informasi mengenai seluk beluk Taman Nasional Tanjung Puting dan permasalahan - permasalahan yang ada dalam hal promosi dan pemasaran. Serta tanya jawab kepada orang yang mengerti dunia periklanan TV untuk mendapatkan informasi tentang dunia periklanan TV.

2) Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke Taman Nasional Tanjung Puting untuk melihat bagian - bagian utama saja dari Taman Nasional Tanjung Puting yang akan di jadikan objek pembuatan iklan.

3) Kepustakaan (library)

Mengumpulkan data dari buku-buku tentang dunia periklanan TV yang sebagian besar merupakan koleksi perpustakaan STMIK AMIKOM Yogyakarta dan literatur-literatur yang diperoleh dari internet mengenai dunia periklanan yang kesemuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

4) Metode kearsipan

Metode ini meneliti data-data yang diperoleh dari arsip-arsip dari Balai Taman Nasional Tanjung Puting, untuk mengetahui data-data pasti lainnya.

2. Analisis

Menguraikan iklan televisi untuk diidentifikasi dan dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya.

3. Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan dibentuk. Pada tahap ini dihasilkan rancangan iklan televisi yang sesuai dengan kebutuhan Taman Nasional Tanjung Puting.

4. Pengambilan gambar dan editing

Menterjemahkan hasil proses perancangan menjadi sebuah bentuk video untuk kebutuhan televisi.

5. Implementasi

Merupakan tahap meletakkan sebuah iklan televisi untuk ditayangkan. Tahapan ini meliputi pengoreksian dan penayangan iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengatur dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan tentang : latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat tujuan pustaka dan teori-teori mengenai dunia periklanan televisi serta perangkat lunak yang akan digunakan dalam proses pembuatan iklan.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menguraikan gambaran tentang Taman Nasional Tanjung Puting yang meliputi sejarah berdiri, fasilitas yang ada, struktur organisasi dan juga menguraikan analisis semua permasalahan yang ada serta rancangan dari sistem yang akan dibangun meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan storyboard.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

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

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran yang sifatnya membangun dari keseluruhan isi laporan.