

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya pertumbuhan teknologi dan informasi, memacu para produsen untuk bersaing memperebutkan pasar, sehingga menyebabkan munculnya persaingan diantara mereka. Berbagai macam bentuk strategi pun digunakan untuk merebut perhatian pasar, salah satunya adalah dengan iklan. Ada beberapa macam media yang dapat digunakan sebagai sarana beriklan, salah satunya adalah dengan menggunakan media televisi.

Televisi adalah salah satu media hiburan yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dan oleh masyarakat dunia, karena televisi merupakan salah satu media yang efektif untuk beriklan. Hal tersebut dapat terlihat bahwa iklan televisi mempunyai karakteristik khusus yaitu kombinasi gambar, suara, teks dan animasi. Oleh karena itu iklan yang disampaikan melalui televisi dapat memberikan informasi dengan baik dan efisien.

Ekowisata Taman Air Indonesia (ETASIA) merupakan konsep pendidikan yang dikemas dalam bentuk wisata yang bernuansa air. Berbagai fasilitas wisata alami dapat dinikmati dikawasan ini seperti pakechan, pemancingan, restorasi & arena pertemuan, woodball venue, kolam renang mata air, fish spa, kali bening, outbond, laboratorium alam & taman hidrologi dan wisata iptek. Sangat disayangkan fasilitas tersebut belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Sebelumnya ETASIA Tlatar Boyolali sudah menggunakan

tayangan berita televisi sebagai media promosinya, namun masih banyak kekurangan, baik dari segi informasi maupun frekuensi penayangan. Karena penayangan berita tentang ETASIA Tlatar Boyolali hanya ditayangkan sekali pada saat berita tersebut, jadi masyarakat belum tentu dapat melihatnya. Oleh sebab itu dibutuhkan pembuatan iklan televisi, sehingga penayangannya lebih frekuentif.

Permasalahan diatas mendorong penulis untuk membuat media promosi dengan judul "Pembuatan Iklan Televisi Obyek Wisata "ETASIA" Tlatar Boyolali Jawa Tengah". Sehingga dengan adanya iklan ini diharapkan masyarakat bisa tertarik untuk dapat berkunjung dan menikmati keindahan alam di ETASIA Tlatar Boyolali Jawa Tengah.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka diambil suatu rumusan masalah, yaitu *"Bagaimana cara membuat iklan televisi obyek wisata ETASIA Tlatar Boyolali Jawa Tengah?"*

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Iklan ini hanya menampilkan bahasan tentang obyek wisata ETASIA Tlatar Boyolali Jawa Tengah.
2. Durasi yang ditampilkan dalam iklan ini adalah 60 detik.

3. Media penunjang untuk iklan ini adalah televisi dan media sosial lainnya.
4. Software yang digunakan adalah Adobe Premiere CS6, Adobe After Effect CS6, Adobe Audition CS6, Adobe Illustrator CS6.
5. Pembuatan iklan ini hanya dikhususkan untuk menginformasikan obyek wisata ETASIA Tlatar Boyolali Jawa Tengah sehingga bisa menjadi tujuan wisata bagi wisatawan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Membuat iklan obyek wisata ETASIA Tlatar Boyolali Jawa Tengah.
2. Sebagai syarat untuk wisuda dan mencapai gelar Ahli Madya.
3. Membantu pihak ETASIA dalam mempromosikan obyek wisatanya.
4. Memperluas pengetahuan masyarakat tentang ETASIA Tlatar Boyolali.
5. Menarik wisatawan untuk berkunjung ke ETASIA Tlatar Boyolali.
6. Meningkatkan sektor pariwisata di Boyolali.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Mengaplikasikan ilmu yang telah penulis dapatkan dari perkuliahan serta sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapat gelar Ahli Madya Teknik Informatika.

2. Bagi STMIK Amikom Yogyakarta

Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa dalam bentuk laporan Tugas Akhir dan dapat pula digunakan sebagai referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk laporan Tugas Akhir bagi mahasiswa yang sedang mengambil Tugas Akhir.

3. Bagi ETASIA Tlatar Boyolali Jawa Tengah

Dapat dimanfaatkan sebagai media pengenalan dan media promosi sehingga dapat menarik wisatawan.

4. Bagi Masyarakat Umum

Menambah pengetahuan masyarakat tentang ETASIA Tlatar Boyolali Jawa Tengah.

1.6 Metode Pengumpulan Data

1. Survey / Observasi

Mengunjungi ETASIA Tlatar Boyolali Jawa Tengah sebagai objek penelitian.

2. Interview

Melakukan tanya jawab dengan pemilik dan manager secara langsung.

3. Metode Searching

Merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan objek melalui pencarian yang ada di internet.

4. Dokumentasi (Kearsipan)

Melakukan dokumentasi rencana kerja, dokumentasi kegiatan yang dikerjakan, dokumentasi hasil kerja, dokumentasi hasil akhir dalam bentuk laporan ataupun software yang siap digunakan.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I – PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan laporan penelitian, hingga jadwal rencana kegiatan penelitian.

BAB II – DASAR TEORI

Menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan pembuatan Iklan Televisi.

BAB III – TINJAUAN UMUM

Berupa gambaran umum tentang ETASIA Tlatar Boyolali Jawa Tengah, analisa sistem yang ada saat ini, analisa biaya dan manfaat, dan analisa yang lain yang terkait dengan pembuatan iklan.

BAB IV – PEMBAHASAN

Membahas tentang rancangan dan implementasi Iklan yang dikerjakan, urutan-urutan pekerjaan mulai dari pengambilan gambar, editing dan rendering video iklan.

BAB V – PENUTUP

Menyampaikan kesimpulan (jawaban dari rumusan masalah yang terdapat di Bab I), saran penggunaan terhadap objek penelitian dan saran pengembangan Iklan agar lebih baik dari yang sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1.8 Rencana Kegiatan

Tabel 1.1 Tabel Rencana Kegiatan

NO	KEGIATAN	NOVEMBER 2014				DESEMBER 2014				JANUARI 2015				
		IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Pengajuan Judul TA													
2	Pengumpulan Data													
3	Penulisan Laporan													
4	Asistensi Bab I													
5	Asistensi Bab II													
6	Asistensi Bab III													
7	Asistensi Bab IV													
8	Asistensi Bab V													
9	Analisis Kebutuhan													
10	Perancangan Iklan													
11	Revisi Naskah dan Penyelesaian Iklan													
12	Penulisan Akhir Laporan													