

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Banyak cara untuk mempromosikan suatu produk atau suatu tempat wisata yaitu dengan media promosi yang baik. Promosi yang baik adalah promosi yang bisa mempengaruhi sasaran tertentu sehingga memberikan dampak yang positif untuk suatu perusahaan ataupun tempat wisata tersebut, promosi dapat dilakukan dengan beberapa cara, mulai dari media cetak, elektronik, internet, brosur, stiker, website, video iklan dan lain sebagainya.

Desa Wisata Kalibuntung ini sebenarnya mempunyai potensi wisata yang bisa dijual ke publik untuk meningkatkan pendapatan pengelola dan masyarakat sekitar, namun karena masih keterbatasan sumber daya manusia dan masih minim akan pengetahuan dan pengolahan media promosi sehingga Desa Wisata ini masih belum diketahui oleh masyarakat luas.

Struktur organisasi Desa Wisata Kalibuntung ini belum tertata baik, masih banyak kekurangan dan kendala diantaranya, belum jelas akan siapa saja yang menjadi pengurus atau pengelola Desa Wisata ini, terdapat kepengurusan ganda semisal bagian marketing merangkap sebagai bendahara, masih kekurangan sumber daya manusia yang bisa fokus untuk mengelola Desa Wisata Kalibuntung ini sehingga promosi Desa Wisata kurang maksimal.

Pengelola dalam mempromosikan Desa Wisata Kalibuntung baru sebatas melalui proposal, karena untuk mempromosikan Desa Wisata

kalibuntung melalui media promosi berbasis digital, seperti internet, radio, iklan TV. Pengelola masih beranggapan bahwa pembuatan promosi tersebut mahal dan tidak ada yang bisa membuat iklan video company profile yang menarik dan bagus untuk digunakan sebagai media promosi.

Tidak menutup kemungkinan apabila pengelola Desa Wisata ini bisa memaksimalkan promosi dengan baik, maka akan banyak pengunjung yang datang dan tentunya pengelola harus membentuk struktur organisasi yang solit dan baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi pokok permasalahannya adalah bagaimana cara membuat suatu media promosi menggunakan video company profile Desa Wisata Kalibuntung yang menarik, lebih baik dan lebih efektif dari promosi sebelumnya?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang telah dirumuskan di atas, maka diperlukan batasan-batasan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Pengambilan gambar dilakukan secara berkala karena Desa Wisata Kalibuntung sekarang masih berfokus dengan Outbond dan dalam perkembangannya akan ditambah fasilitas paketan wisata yang lain.

2. Memberikan solusi masalah manajemen dalam hal promosi Desa Wisata Kalibuntung untuk menjadi yang lebih baik.
3. Adapun software untuk mengedit video ini adalah Adobe After Effects CS6 software pengolah animasi, Adobe Premier Pro CS6 software pengolah video, Adobe Photosop CS6 sebagai software pengolah foto.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang ingin dicapai dari tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Membuat iklan company profile yang menarik dan bisa mempengaruhi pengunjung dan sebagai media promosi Desa Wisata Kalibuntung.
- b. Sebagai media mempromosikan Desa Wisata Kalibuntung ke dunia luar.
- c. Memberikan solusi permasalahan tentang manajemen pemasaran Desa Wisata Kalibuntung.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang ingin diperoleh dari penelitian ini dan menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bagi penulis:

- a. Merubah pola berfikir penulis bahwa untuk membuat video promosi Desa Wisata bisa menggunakan peralatan yang minimal dengan hasil yang maksimal.
- b. Penulis yang awalnya tidak bisa menggunakan software untuk mengedit video menjadi paham dan bisa menggunakan walaupun pada awalnya mengalami kesulitan.

Bagi pengelola Desa Wisata Kalibuntung:

- a. Membantu manajemen mempromosikan Desa Wisata Kalibuntung.
- b. Meningkatkan pendapatan dan pengunjung bagi Desa Wisata Kalibuntung lewat media promosi company profile.
- c. Menyelesaikan tugas akhir dan mendapat gelar sarjana komputer.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian bertujuan untuk memberikan data yang akurat, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam pengumpulan data.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain sebagai berikut:

1.6.1.1 Metode Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara bertanya kepada pihak pengelola Desa Wisata Kalibuntung untuk mendapatkan informasi mengenai Desa Wisata Kalibuntung.

1.6.1.2 Metode Observasi

Yaitu metode dengan cara mengamati langsung kegiatan yang berlangsung terhadap objek yang ada.

1.6.1.3 Metode Survey

Yaitu metode dengan cara mengajukan pertanyaan pada orang-orang dan merekam jawabannya untuk dianalisis.

1.6.2 Metode Penelitian

Metode penelitian bertujuan untuk memberikan data yang akurat, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam pengumpulan data.

1.6.2.1 Metode Analisis

Menganalisis permasalahan yang sudah didapat dari pengumpulan data dan penelitian dari Desa Wisata Kalibuntung. Maka penulis menentukan pemecahan masalah menggunakan metode Analisis SWOT yaitu analisis yang menggunakan kerangka kerja Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weakness), Kesempatan (Opportunities), dan Ancaman (Threats).

1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan digunakan sebagai acuan dan gambaran untuk mempermudah dalam pembuatan video company profile.

1.6.3 Metode Testing

Hasil dari pembuatan video iklan company profile ini nantinya akan dilakukan uji coba. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah masih ada kesalahan atau tidak sehingga nantinya sesuai dengan peneliti dan pihak objek penelitian.

1.6.4 Metode Implementasi

Video iklan company profile ini akan digunakan dalam melakukan promosi Desa Wisata Kalibuntung dengan mengupload video iklan ke internet seperti youtube, facebook, melampirkan setiap proposal promosi dalam bentuk Dvd dan memutarakan video iklan kepada pengunjung yang datang.

1.7 Sistematika Penulisan

Supaya penyusunan skripsi terarah dan sesuai dengan permasalahan dan pembuatan keteraturan dalam penulisan maupun penyusunanya maka dibuat dalam beberapa bab, yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, Manfaat, Tujuan, Metode penelitian yang digunakan dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Landasan Teori memuat tinjauan pustaka dan teori mengenai dunia periklanan serta perangkat lunak yang akan digunakan dalam proses pembuatan iklan.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang analisis kebutuhan produksi, Proses praproduksi seperti : Menulias naskah, *Storyboard* dan proses *Shooting*.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang akan membahas analisis proses produksi pembuatan iklan *Company Profile* yang meliputi pembuatan *Shooting*, Editing, Memberi *Effect* pada gambar serta pemberian musik latar serta suara narator dan *Rendering*.

BAB V. PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari pembuatan skripsi yang di dalamnya terdapat kesimpulan serta saran.

1.8 Rencana Kegiatan

Rencana kegiatan ini disusun agar mempermudah penulis dalam proses pengerjaan sehingga semua dapat terencana dengan baik.

Adapun rencana kegiatan penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Rencana Kegiatan

No	Tugas	Oktober				November				Desember				Januari			
		2013				2013				2013				2014			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi																
2	Pengumpulan Data																
3	Merancang Konsep																
4	Storyboard																
5	Syuting Iklan																
6	Editing																
7	Dubbing																
8	Finishing																
9	Pembuatan Laporan																