

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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, tapi dalam mempromosikan dan memajukan pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan masih menggunakan cara manual yaitu dengan cara membagikan booklet atau buku panduan kepada para wisatawan yang berkunjung ke objek-objek wisata daerah tersebut atau datang ke Dinas Pariwisata dan Kebudayaan setempat. Informasi yang dibuat oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menjadi sangat terbatas karena masyarakat luas tidak bisa mendapatkan informasi yang lebih banyak.

Kabupaten Wonosobo merupakan daerah yang memiliki potensi wisata alam yang luar biasa. Dengan letaknya yang berada pada ketinggian berkisar antara 270 meter sampai dengan 2.250 meter di atas permukaan laut, kabupaten Wonosobo memiliki udara yang sejuk dan merupakan daerah dataran tinggi. Dengan potensi yang dimiliki Kabupaten Wonosobo, seharusnya Kabupaten Wonosobo dapat menjadi salah satu tujuan utama wisatawan baik domestik atau mancanegara. Kurangnya informasi dan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan adalah penyebab Pariwisata di Wonosobo menjadi kurang dikenal dan diminati untuk dikunjungi wisatawan. Promosi dan informasi

yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan masih menggunakan media cetak seperti *brosur*, *booklet*, dan *baleho* sangat terbatas penyebarannya, karena masyarakat luas tidak bisa mendapatkan informasi tentang kepariwisataan.

Saat ini lebih banyak orang memilih untuk menggunakan media elektronik sebagai media promosi khususnya media iklan televisi, karena jangkauan yang dicapai lebih luas dan media televisi menyajikan tampilan audio dan visual sehingga lebih menarik dan mudah dipahami. Pemerintah Kabupaten Wonosobo belum membuat iklan televisi sebagai media promosi karena Pemerintah Wonosobo belum menemukan rumah produksi yang sesuai dengan biaya dan kualitas yang diinginkan. Maka untuk membantu mempromosikan Pariwisata di Wonosobo, penulis akan membuat sebuah iklan televisi dengan kualitas yang 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 Wonosobo 2012" sebagai media promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, dengan biaya yang murah tetapi dengan kualitas yang bagus.

1.3 Batasan Masalah

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

1. Pemanfaatan multimedia dalam bidang periklanan untuk menghasilkan suatu tampilan iklan “Visit Wonosobo 2012” yang menarik pada media televisi.
2. Iklan “Visit Wonosobo 2012” ini dibuat dengan durasi waktu total 120 detik dibagi menjadi 4 versi yang masing-masing versi berdurasi 30 detik dan berhubungan satu dengan yang lainnya.
3. Software yang digunakan dalam merancang video iklan ini adalah, Adobe Premier Pro, Adobe Photoshop dan Adobe Soundbooth.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menentukan persyaratan kelulusan untuk jenjang Strata I pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer “ AMIKOM ” Yogyakarta.
2. Membuat iklan televisi “Visit Wonosobo 2012” sebagai media promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dengan biaya yang murah dan kualitas yang baik.
3. Membuat iklan yang dapat menarik minat wisatawan lokal maupun domestik untuk berwisata di Kabupaten Wonosobo.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Mendapatkan title sebagai Sarjana Komputer (S.Kom) karena telah menyelesaikan kuliah untuk jenjang Strata I pada Sekolah Tinggi Manajemen Informasi dan Komputer “ AMIKOM ” Yogyakarta.

2. Menghasilkan Iklan televisi “Visit Wonosobo 2012” dengan biaya yang murah dan kualitas yang baik.
3. Menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Wonosobo untuk berwisata.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam mendapatkan data-data yang dibutuhkan penulis menggunakan beberapa metode, antara lain:

1. Metode Pustaka

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pekajian beberapa sumber referensi tertulis, antara lain: buku-buku yang relevan dan sumber-sumber internet, untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam pembuatan iklan.

2. Metode Wawancara

Penulis mengadakan konsultasi dengan pihak-pihak terkait untuk dimintai keterangan, antara lain: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, Dosen Pembimbing, beberapa pelaku wisata dan kebudayaan. Data yang diperoleh berupa informasi tentang data yang dibutuhkan untuk membuat iklan langsung dari narasumber.

3. Metode Observasi

Mengumpulkan data dengan cara mengunjungi lokasi pembuatan iklan, agar mendapatkan data tentang keadaan dan kondisi lokasi.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Merupakan bab yang membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang tinjauan prstaka, konsep dasar informasi, definisi dan gambaran umum tentang iklan, pengertian multimedia, sejarah periklanan televisi, karakteristik iklan televisi, teknik kamera, sistem televisi dunia, dan software yang digunakan untuk pembuatan iklan.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Merupakan bab yang akan membahas tentang tinjauan mengenai Pariwisata di Kabupaten Wonosobo, analisis SWOT, analisis kebutuhan sistem, metode analisis kelayakan sistem, dan merancang iklan televisi, serta menguraikan tentang proses pra produksi.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang membahas proses produksi dan pasca produksi iklan Visit Wonosobo 2012 sebagai media promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dengan media televisi.

