

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Periklanan merupakan salah satu tahap dalam pemasaran. Produk, barang atau jasa, baik penamaanya, pengemasannya, penetapan harga, dan distribusinya tercermin dalam kegiatan periklanan. Tanpa periklanan, berbagai produk tidak akan dapat mengalir secara lancar kepada distributor atau penjual, apalagi ke tangan konsumen (Suyantoi, M. 2007. h-1).

Keberhasilan suatu perekonomian nasional banyak ditentukan oleh kegiatan-kegiatan periklanan yang menunjang usaha penjualan yang menentukan kelangsungan hidup produksi pabrik-pabrik, terciptanya lapangan pekerjaan, serta adanya hasil yang menguntungkan dari seluruh uang yang telah diinvestasikan. Hal ini dibuktikan oleh kenyataan bahwa Negara-negara maju ataupun perusahaan-perusahaan top dunia senantiasa disemarakkan oleh kegiatan periklanan yang gencar (Suyanto, M. 2007. h-2).

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, maka semakin meningkat juga kebutuhan manusia dalam hal kebutuhan fasilitas yang mendukung manusia untuk mendapatkan informasi dengan mudah. Teknologi informasi di harapkan memiliki peran positif dalam penyampaian informasi yang berkualitas, efektif dan efisien. Teknologi komputerisasi membuat terbuka luasnya media sebagai pemberi informasi yang cepat dan akurat. Untuk itulah sangat penting sekali membuat sebuah sarana informasi dengan memberikan

layanan audio visual yang berguna sebagai media pengenalan lokasi pariwisata dan informasi lain yang dibutuhkan.

Sarana informasi berupa audio visual baik, namun pengembangan di daerah Wonosobo tidak merata karena potensi setiap daerah yang berbeda. Sangat memprihatinkan bagi daerah-daerah yang potensinya kurang. Salah satunya bidang yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah bidang pariwisata. Dinas Pariwisata adalah instansi yang bertanggung jawab atas pengembangan objek wisata di daerah Wonosobo, oleh karena itu harus mempunyai cara dan langkah-langkah yang ampuh untuk mempromosikan dan mengembangkan pariwisata daerahnya.

Kabupaten Wonosobo salah satu daerah yang mempunyai aset berupa objek-objek pariwisata berupa danau atau telaga. PLTA Garung yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Wonosobo telah melakukan berbagai upaya dalam rangka mengembangkan potensi pariwisata, diantaranya dengan cara membagikan brosur tentang pariwisata. Tetapi cara-cara telah disebutkan tadi belum cukup untuk menarik perhatian wisatawan secara lengkap.

Computer Generated Imagery atau CGI dalam bahasa Indonesia berarti pencitraan yang dihasilkan komputer adalah penggunaan grafik komputer atau lebih tepatnya, grafik komputer 3D dalam efek spesial. CGI digunakan dalam film, acara televisi dan iklan, dan juga media cetak. Visual-visual yang dihasilkan melalui proses CGI biasanya mengedepankan unsur photo realistik atau kemiripan dengan aslinya. Teknologi CGI dapat membuat gambar yang dihasilkan lebih bagus dan terlihat seperti nyata.

CGI digunakan untuk efek visual komputer karena efek yang dihasilkan berdasarkan proses fisik, seperti membangun miniatur untuk efek gambar atau menyewa tambahan untuk adegan keramaian, dan karena itu memungkinkan penciptaan gambar yang tidak layak menggunakan teknologi lain (Novan, 2011).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah dikemukakan di atas, maka secara garis besar rumusan masalah yang akan diselesaikan oleh penulis yang berjudul : **“Iklan Televisi berbasis CGI (Computer Generated Imagery) Telaga Menjer di Kabupaten Wonosobo”**.

1.3 Batasan Masalah

Dengan mengetahui banyaknya ruang lingkup permasalahan yang ada, maka penulis hanya menitik beratkan pada penyampaian informasi berupa audio visual tentang lokasi objek wisata. Pembatasan dalam hal ini adalah **“Bagaimana memberikan sarana informasi audio visual untuk pengenalan informasi tentang objek wisata di daerah Kabupaten Wonosobo”**. Pembahasan ini ditujukan untuk mengetahui :

1. Bagaimana membuat iklan televisi berbasis CGI (Computer Generated Imagery).
2. Bagaimana membuat iklan televisi yang komunikatif sehingga komunikan merasa tertarik dan yakin untuk mengunjungi wisata Telaga Menjer.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Untuk menerapkan ilmu yang telah didapat selama berkuliah di STMIK “AMIKOM” Yogyakarta yang berorientasi bisnis dan sistem informasi sehingga dapat mempraktekan di dalam dunia kerja.

Adapun maksud dan tujuan dari pembuatan iklan audio visual ini adalah:

- a) Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program Diploma III Jurusan Manajemen Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- b) Menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama berada di bangku kuliah.
- c) Menyajikan Informasi lokasi “Pariwisata Kabupaten Wonosobo” kepada masyarakat luas, agar masyarakat dapat mengetahui letak dan pilihan pariwisata kabupaten Wonosobo dengan mudah.

1.5 Manfaat Penelitian

- a) Manfaat bagi perusahaan adalah dapat mempromosikan Telaga Menjer kepada masyarakat luas melalui media periklanan televisi yang diharapkan dapat memberi gambaran tentang Telaga Menjer.
- b) Manfaat bagi peneliti adalah dapat dengan langsung menyalurkan ataupun mengembangkan kreatifitas dan ilmu yang telah didapat pada masa perkuliahan.

1.6 Metodologi Penelitian

Metode pengumpulan data yang telah penulis lakukan meliputi :

a) Metode Observasi

Melakukan pengamatan secara langsung terhadap keadaan objek wisata, serta mengumpulkan data dalam bentuk gambar dan data objek pariwisata.

b) Metode Wawancara

Melakukan wawancara/tanya jawab dengan kepala Dinas Pariwisata serta penduduk sekitar tentang beragamnya objek wisata Kabupaten Wonosobo.

c) Metode Kepustakaan

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengambil referensi dari buku-buku yang ada di perpustakaan STMIK AMIKOM, melalui literatur buku yang berkaitan dengan pembuatan proyek, melalui brosur dari PLTA Garung yang bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Wonosobo dan melalui internet (web).

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

Untuk memudahkan penulisan Tugas Akhir ini, maka penulis menjabarkan sistematika penulisan menjadi 5 bab. Masing-masing diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan dan jadwal kegiatan. Dalam bab ini akan membahas

semua permasalahan dalam tugas akhir ini sehingga lebih mudah untuk dipahami.

BAB II DASAR TEORI

Bab ini berisi tentang konsep dasar teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan program, prinsip pembuatan program dan software yang hendak digunakan dalam pembuatan aplikasi. Teori – teori tersebut adalah teori tentang definisi dan strategi periklanan, multimedia, sinematografi, dan pemahaman mengenai perangkat lunak (software) maupun perangkat keras (hardware) yang digunakan.

BAB III TINJAUAN UMUM

Dalam bab ini akan dikemukakan tentang gambaran umum mengenai Pariwisata Kabupaten Wonosobo khususnya di Telaga Menjer.

BAB IV PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang perancangan iklan audio visual secara rinci berkaitan dengan proses pembuatan hingga hasil akhir.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran berkaitan dengan hasil akhir laporan.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang digunakan penulis dalam pembuatan dan penyelesaian tugas akhir.

