

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini iklan adalah hal penting dalam meningkatkan suatu usaha baik berupa jasa mau pun produk, Iklan' dapat diartikan sebagai pemberitahuan kepada khalayak / orang ramai mengenai barang atau jasa yang dijual dan dipasang di dalam media massa, seperti surat kabar / koran, majalah dan media elektronik seperti radio, televisi dan internet. Dari pengertian iklan tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian dan mendorong atau membujuk pembaca iklan agar memiliki atau memenuhi permintaan pemasang iklan, contohnya Taman Wisata Candi Prambanan yang merupakan tempat wisata eagar alam dan peninggalan sejarah pun menyadari bahwa iklan merupakan hal penting dalam meningkatkan pengunjung.

Salah satu fasilitas yang menarik dari Taman Wisata Candi Prambanan adalah Pusat belanja oleh-oleh di kios Cinderamata Prambanan. Di kios ini banyak dijual berbagai macam pernak-pernik khas Prambanan dan Yogyakarta, selain itu harga yang ditawarkan pun lumayan murah dan hemat. Namun sejak Gempa pada tanggal 27 Mei 2006 lalu melanda Yogyakarta dan

sekitarnya, wisatawan yang berkunjung di Taman Wisata Candi Prambanan menurun drastis, sehingga berakibat pula pada pendapatan pedagang yang berjualan di kios Cinderamata Prambanan. Untuk itu dibutuhkan strategi untuk mempromosikan Kios Cinderamata Taman Wisata Candi Prambanan melalui media visual iklan televisi sebagai salah satu sarannya, agar Kios Cinderamata kembali ramai oleh para pengunjung yang ingin sekedar membeli oleh-oleh atau barang-barang yang dijual di Kios Cinderamata Prambanan.

Strategi perancangan dan pembuatan iklan televisi harus tepat pada sasaran, efisien dan efektif serta mampu mempengaruhi komunikasi untuk belanja oleh-oleh khas Prambanan dan Yogyakarta di Kios Cinderamata Taman Wisata Candi Prambanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah, maka dalam penelitian yang berjudul **Strategi Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi "Belanja Murah, Lengkap Dan Hemat Di Kios Cinderamata Taman Wisata Candi Prambanan" Berbasis Multimedia** ini, pembahasan ditujukan untuk mengetahui :

1. Bagaimana iklan bisa diterima oleh masyarakat luas?
2. Bagaimana strategi yang tepat dalam perancangan dan pembuatan iklan televisi?
3. Bagaimana membuat iklan televisi yang komunikatif sehingga komunikasi merasa tertarik dan yakin untuk berbelanja di Kios Cinderamata Taman

Wisata Candi Prambanan, sebagai salah satu fasilitas Belanja Murah, Lengkap Dan Hemat Di Taman Wisata Candi Prambanan?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, untuk memperkuat pembahasan mengenai materi yang akan dibuat dalam laporan tugas akhir ini. Perlu di ambil batasan yang jelas mengenai pokok permasalahan yang akan diangkat. Pembatasan masalah dalam hal ini adalah **"Bagaimana mempromosikan Kios Cenderamata Taman Wisata Candi Prambanan sebagai salah satu fasilitas belanja murah, lengkap dan hemat di Kios Cenderamata Taman Wisata Candi Prambanan dalam bentuk media audio visual iklan televisi"**.

1.4 Tujuan

Dalam penyusunan tugas akhir **Iklan Televisi "Belanja Murah, Lengkap Dan Hemat Di Kios Cenderamata Taman Wisata Candi Prambanan"** Berbasis **Multimedia** ini penulis memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu pemenuhan syarat kelulusan penulis pada jenjang pendidikan Diploma 3 jurusan Manajemen Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta

2. Sebagai pembelajaran serta penerapan ilmu yang dipelajari selama menjalani pendidikan di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Mempromosikan Kios cinderamata Taman Wisata Candi Prambanan yang merupakan salah satu fasilitas belanja di Taman wisata Candi Prambanan.
4. Meningkatkan efektifitas promosi melalui penajaman arah dan strategis sasaran serta instrumen tujuan promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Memberikan gambaran visual nyata kepada wisatawan mau pun masyarakat luas bahwa Kios cinderamata Taman Wisata Candi Prambanan sebagai salah satu fasilitas belanja oleh-oleh cinderamata yang murah, lengkap dan hemat yang berada di Taman Wisata Candi Prambanan.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengkaji dan menganalisa permasalahan ini, penulis merangkum data dari berbagai sumber. Perangkuman atau pengumpulan data yang dilakukan penulis menggunakan empat jenis metode, meliputi :

1. **Literatur atau Kepustakaan**

Studi literatur atau kepustakaan merupakan sumber data tertulis yang didapat dari berbagai referensi seperti buku, sumber arsip, majalah, koran dan dokumen – dokumen resmi.

2. **Jelajah Jejaring (*Browsing*)**

Pengambilan data berupa *title* dan *image* dalam bentuk format *.*html*, **.pdf* dan **.jpg* melalui *browsing* (pencarian) dari situs – situs yang berkaitan langsung dengan permasalahan dalam penelitian ini.

3. Wawancara

Wawancara dapat diartikan sebagai sebuah proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dan bertatap muka antara pewawancara dengan responden.

4. Observasi

Observasi yang dilakukan oleh penulis adalah melihat dan mengamati tempat pengambilan gambar untuk pembuatan *storyboard* dan *stockshot* (video) di Kios cinderamata Taman Wisata Candi Prambanan pada khususnya.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pada pendahuluan ini menjelaskan garis besar dari permasalahan yang akan dibahas didalam laporan tugas akhir ini sehingga lebih mudah dipahami. Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, dan jadwal rencana penelitian.

BAB II Dasar Teori

Bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail, dapat berupa definisi-definisi yang langsung berkaitan dengan ilmu atau masalah yang diteliti.

BAB III Tinjauan Umum

Bab ini menguraikan tentang definisi konseptual subyek dan obyek penelitian.

BAB IV Pembahasan

Bab ini akan menguraikan tentang proses penelitian selama melakukan perancangan dan pembuatan iklan televisi, mulai dari proses pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

BAB V Penutup

Bab ini akan menguraikan tentang hasil penelitian selama melakukan perancangan dan pembuatan project.

1.8 Jadwal Rencana Penelitian

Table 1.1 Rencana Rencana Penelitian

No	Kegiatan	November				Desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Konsep Perencanaan	█	█	█	█												
2	Pengajuan Propal Penelitian					█	█	█	█								
3	Pembuatan Abstraksi							█	█								
4	Pra Produksi									█	█	█	█				
5	Produksi											█	█	█	█	█	█
6	Pasca Produksi													█	█	█	█
7	Laporan Tugas Akhir													█	█	█	█