

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di masa kini, Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka yang merupakan salah satu wahana wisata alam di Indonesia, menyadari bahwasanya iklan sangatlah dibutuhkan.

Iklan dibutuhkan bukan hanya sebagai media informasi saja tapi sebagai media persuasif juga, dengan artian Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka bukan hanya sekedar menginformasikan wahananya tetapi juga mempersuasifkan komunikasi agar berkunjung dan ikut melestarikan wahana alam beserta isinya.

Beberapa belakangan tahun ini, jumlah wisatawan yang mengunjungi Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka merosot tajam terhitung semenjak tahun 1996. Maka dari itu dibutuhkan strategi untuk mempromosikan wahana wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka melalui media visual iklan televisi sebagai salah satu sarannya.

Strategi perancangan dan pembuatan iklan televisi harus tepat pada sasaran, efisien dan efektif serta mampu mempengaruhi komunikasi untuk mengunjungi Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah, maka dalam penelitian yang berjudul **“Strategi Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Kebun Binatang Gembira Loka sebagai Media Promosi Informasi Persuasif Kepariwisataaan di Daerah Istimewa Yogyakarta”** 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 visualisasi Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka yang menarik.
4. Bagaimana membuat iklan televisi yang komunikatif sehingga komunikasi merasa tertarik dan yakin untuk mengunjungi wahana wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, 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 Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka dalam bentuk media audio visual iklan televisi”**.

1.4 Tujuan

Dalam penyusunan laporan tugas akhir "**Strategi Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Kebun Binatang Gembira Loka sebagai Media Promosi Informasi Persuasif Kepariwisataaan di Daerah Istimewa Yogyakarta**" ini, penulis memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Mempromosikan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka.
2. Meningkatkan efektifitas promosi melalui penajaman arah dan strategis sasaran serta instrumen tujuan promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Memberikan gambaran visual nyata sebagai salah satu contoh asset pariwisata alam hayati dan hewani yang harus diketahui oleh masyarakat luas, baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing yang diharapkan mampu untuk meningkatkan presentase jumlah pengunjung, baik yang bersifat rekreatif maupun edukatif.

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 Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka pada khususnya.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I - Pendahuluan, didalam 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 tentang berbagai macam teori yang digunakan sebagai landasan dalam laporan tugas akhir ini. 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, 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

Tabel 1.1. Jadwal Rencana Penelitian

NO	KEGIATAN	2009								2010							
		NOVEMBER				DESEMBER				JANUARI				FEBRUARI			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Konsep Perencanaan	■															
2	Pengajuan Proposal Penelitian		■	■													
3	Pembuatan Abstraksi			■	■												
4	Pra Produksi					■	■										
5	Produksi							■	■	■	■						
6	Pasca Produksi									■	■	■	■				
7	Laporan Tugas Akhir													■	■		