

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia hiburan yang semakin ramai saat ini seolah membius masyarakat untuk selalu menyaksikan tayangan televisi. Media televisi merupakan salah satu media yang efektif untuk beriklan. Hal ini dikarenakan iklan televisi mempunyai karakteristik khusus yaitu kombinasi gambar, suara dan gerak. Oleh karena itu pesan yang disampaikan sangat menarik perhatian penonton. Karena sifat yang visual dan merupakan kombinasi warna-warna, suara dan gerakan, maka iklan televisi tampak hidup dan nyata. Kelebihan ini tidak dimiliki oleh media lain.

Kura-kura Ocean Park atau KOP merupakan sebuah wahana rekreasi keluarga yang terletak di obyek wisata Pantai Kartini Jepara. KOP yang resmi dibuka untuk umum pada hari Selasa, 22 Februari 2011 ini memiliki fasilitas misteri bawah laut, kolam sentuh, kolam air tawar dan terapi ikan. KOP menggunakan media cetak dan radio sebagai media promosi dan pemasaran.

Cara promosi seperti ini dirasakan masih kurang begitu efektif untuk mencapai target pemasaran sehingga perlu dibuatkan suatu cara promosi dengan menggunakan media televisi yang nantinya diharapkan akan meningkatkan kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara ke KOP ini. Disamping itu dengan adanya iklan ini dapat menjadi daya saing KOP dengan wahana rekreasi keluarga yang lain sekaligus menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan-wisatawan yang akan berkunjung ke Jepara.

Melihat begitu pentingnya periklanan televisi ini dalam hal promosi KOP, maka disimpulkan untuk membuat "PEMBUATAN IKLAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA KURA-KURA OCEAN PARK JEPARA JAWA TENGAH".

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dirumuskan masalah yaitu "Bagaimana Membuat Iklan Televisi Sebagai Media Promosi Pada Kura-Kura Ocean Park Jepara Jawa Tengah".

### **1.3 Batasan Masalah**

Iklan ini dibuat dengan durasi 30 detik dan akan dibuat dengan menggunakan model iklan, maksudnya iklan ini selain akan memuat informasi KOP secara keseluruhan, yaitu menyangkut tentang konstruksi bangunan KOP, keunggulan-keunggulan KOP, sarana dan prasarana yang di tawarkan juga memuat keceriaan pengunjung KOP yang sedang menikmati wahana rekreasi, agar tercipta kesan menarik. Selain itu, iklan ini dibuat menggunakan Adobe Premiere Pro CS3 sebagai software pengolah video dan Adobe Soundbooth CS3 sebagai software pengolah audio.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

- 1) Membuat iklan televisi sebagai media promosi pada Kura-kura Ocean Park Jepara Jawa Tengah.
- 2) Sebagai media pengembangan dan penerapan ilmu yang di dapat selama masa studi di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

- 3) Agar dapat memperoleh gambaran nyata bagaimana cara membuat sebuah iklan serta penggunaan alat yang ada secara maksimal.
- 4) Menjadi media promosi manajemen wahana rekreasi keluarga dalam mempromosikan Kura-kura Ocean Park.
- 5) Sebagai syarat kelulusan dan menyanggah gelar Sarjana Komputer dalam bidang Informatika dan Komputer pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" YOGYAKARTA.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian bagi Manajemen wahana rekreasi keluarga Kura-kura Ocean Park :

- 1) Membantu proses promosi Kura-kura Ocean Park.
- 2) Memberikan informasi yang akurat dan menarik.
- 3) Menjadikan wahana rekreasi keluarga Kura-kura Ocean Park sebagai salah satu wahana rekreasi keluarga yang memakai multimedia periklanan TV sebagai media promosi.

Manfaat bagi Mahasiswa:

- 1) Menerapkan teori-teori yang diperoleh selama mengikuti pendidikan dengan dunia bisnis yang ada.
- 2) Sebagai tolak ukur untuk mengasah keterampilan serta kreatifitas.
- 3) Menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa tentang pembuatan sebuah iklan televisi.

Manfaat bagi pembaca:

- 1) Sebagai bahan acuan dan referensi bagi pembaca dengan topik permasalahan yang sama.
- 2) Menambah wawasan pembaca terhadap dunia periklanan TV.

#### **1.6 Metode Pengumpulan Data**

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu digunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

- 1) Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke Kura-kura Ocean Park untuk melihat bagian-bagian mana saja dari Kura-kura Ocean Park yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

- 2) Metode Wawancara

Yaitu tanya jawab langsung kepada pihak pengelola Kura-kura Ocean Park (dalam hal ini kepada Bapak Zamroni Lestiaza, AP. M.Si) selaku Kepala bidang Pengembangan Dan Pengelolaan Pariwisata untuk mendapatkan informasi mengenai seluk beluk Kura-kura Ocean Park dan permasalahan-permasalahan yang ada dalam hal promosi dan pemasaran. Serta tanya jawab kepada orang yang mengerti dunia periklanan TV untuk mendapatkan informasi tentang dunia periklanan TV.

### 3) Kepustakaan (library)

Mengumpulkan data dari buku-buku tentang dunia periklanan TV yang sebagian besar merupakan koleksi perpustakaan STMIK AMIKOM Yogyakarta dan literatur-literatur yang diperoleh dari internet mengenai dunia periklanan yang kesemuanya berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

## 1.7 Sistematika Penulisan

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan tentang: latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini memuat tinjauan pustaka dan teori-teori mengenai dunia periklanan televisi serta perangkat lunak yang akan digunakan dalam proses pembuatan iklan.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini menguraikan gambaran tentang Kura-kura Ocean Park yang meliputi sejarah berdiri, fasilitas yang ada, struktur organisasi dan juga menguraikan analisis semua permasalahan yang ada serta rancangan dari sistem yang akan dibangun meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan storyboard.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan diuraikan secara lengkap proses produksi iklan yang meliputi pengambilan gambar video, proses editing, perekaman suara, penggabungan audio video sampai proses finishing.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran yang sifatnya membangun dari keseluruhan isi laporan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku-buku ataupun sumber-sumber yang menjadi referensi atau acuan dalam penyusunan skripsi ini.

