

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki banyak sekali destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Selain tempat wisata yang bernuansa sejarah, Daerah Istimewa Yogyakarta juga memiliki banyak sekali tempat wisata yang bernuansa keindahan alam seperti pantai dan gunung. Gunungkidul merupakan kabupaten yang terletak di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Di sepanjang pesisir Gunungkidul ini terdapat banyak sekali pantai yang menawarkan keindahan alamnya, mulai dari pantai yang sudah ramai di kunjungi wisatawan sampai pantai yang masih sepi pengunjungnya.

Berdasarkan data perkembangan pariwisata Gunungkidul yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah wisatawan yang berkunjung ke Gunungkidul terus meningkat setiap tahunnya. Saat ini pemerintah sedang mengebut pembangunan New Yogyakarta International Airport (NYIA) agar bisa beroperasi pada tahun 2019. Sebagai cara untuk menyambut bandara baru tersebut, Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta sedang berupaya mengoptimalkan sektor pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan cara membuka spot – spot wisata baru dan mempersiapkan akses jalan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Beberapa daerah yang sedang dilakukan pengembangan pariwisata antara lain

adalah Gunungkidul. Pemerintah menargetkan 20 juta wisatawan yang berkunjung di Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2019 nanti [9].

Pantai Nglolang merupakan salah satu pantai yang ada di Gunungkidul. Pantai ini terletak di sebelah barat pantai sepanjang. Pantai Nglolang sering disebut dengan pantai pribadi atau pantai tersembunyi karena pantai ini masih sepi pengunjungnya dan letak pantainya pun sedikit tersembunyi.

Berdasarkan observasi penulis, pantai ini memiliki potensi untuk menjadi tujuan wisata yang wajib dikunjungi. Namun, karena kurangnya pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pantai ini membuat pantai ini sepi pengunjung. Untuk mengatasi masalah tersebut maka harus adanya upaya pengenalan wisata Pantai Nglolang Gunungkidul. Terdapat beberapa cara untuk mengenalkan wisata tersebut yaitu dengan menggunakan iklan radio, koran, video. Dalam mengatasi masalah tersebut maka sarana yang paling cocok untuk mengenalkan wisata tersebut adalah membuat video periklanan.

Dimana video ini nantinya akan di tayangkan pada media Televisi dan Instagram yang nantinya bisa memberikan daya tarik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk mengunjungi pantai ini dan diharapkan dengan adanya iklan ini dapat membuat pengunjung pantai Nglolang menjadi lebih ramai serta dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar pantai Nglolang.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang dan membuat iklan Televisi pantai Nglolang Gunungkidul Yogyakarta ?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Iklan pantai Nglolang dibuat dengan durasi 30 detik.
2. Iklan pantai Nglolang akan di tayangkan di RBTB dan Instagram.
3. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah *Live Shoot*, *Time Lapse*, *motion graphic*, dan *Motion Tracking*.
4. Kualitas iklan yang dihasilkan adalah HDTV 720p 24 *High Quality Video*, *1280x720 Video Size* dengan ekstensi file *mp4*.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah Merancang dan membuat iklan televisi pantai Nglolang Gunungkidul Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat dari penelitian ini :

1. Mengenalkan tempat wisata pantai Nglolang Gunungkidul Yogyakarta.
2. Meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat sekitar.
3. Meningkatkan daya saing wisata pantai Nglolang dengan wisata lain.

1.6 Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan peneliti saat melakukan penelitian dan metode tersebut akan dijadikan informasi untuk mendapatkan data dari penelitian itu yaitu:

1.6.1 Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan mengambil video secara langsung di lokasi wisata pantai Ngololang Gunungkidul.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis yang digunakan peneliti dalam membuat video iklan ini adalah dengan menggunakan analisis *SWOT*.

1.6.3 Metode Perancangan Iklan

1. Mencari ide / gagasan
2. Membuat *storyboard*
3. *Take Video*
4. *Editing*

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Berisi tentang tinjauan pustaka dimana teori-teori yang berkaitan dengan masalah peneliti tersebut akan menjadi rujukan penulis untuk merancang dan membuat video periklanan.

BAB III Analisis dan Perancangan

Berisi tentang uraian analisis secara rinci yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.

BAB IV Implementasi dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang penerapan hasil penelitian dan pembahasan dari masalah penelitian.

BAB V Penutup

Berisi kesimpulan dari hasil akhir produk yang telah dibuat peneliti dan berisi saran yang harus dilakukan bila ada peneliti lain yang ingin mengembangkan masalah yang sama dengan masalah yang di ambil penulis.

Daftar Pustaka

Berisi tentang sumber-sumber data yang menjadi referensi penulis dalam penulisan skripsi.