

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin tinggi, turut mempengaruhi persaingan ekonomi. Dengan teknologi informasi yang semakin tinggi para pesaing di dunia ekonomi akan rela mengeluarkan biaya cukup besar untuk mencapai keefektifitasan pemasaran. Salah satu cara agar tercapainya pemasaran yang efektif adalah melalui iklan. di masa kini, Wisata Taman Kyai Lenggeng Magelang yang merupakan salah satu wahana wisata alam di Indonesia, menyadari bahwasanya promosi sangatlah dibutuhkan.

Iklan dibutuhkan bukan hanya sebagai media informasi saja tapi sebagai media persuasif juga, dengan artian Wisata Taman Kyai Lenggeng Magelang bukan hanya sekedar menginformasikan wahananya tetapi juga mengajak komunikasi agar berkunjung dan ikut melestarikan wahana alam beserta isinya.

Beberapa belakangan tahun ini, jumlah wisatawan yang mengunjungi Wisata Taman Kyai Lenggeng Magelang merosot tajam terhitung semenjak tahun 2006. Maka dari itu dibutuhkan strategi untuk mempromosikan wahana Wisata Taman Kyai Lenggeng Magelang melalui media visual iklan televisi sebagai salah satu solusinya.

Strategi perancangan dan pembuatan iklan televisi harus tepat pada sasaran, efisien dan efektif serta mampu mempengaruhi komunikan untuk mengunjungi Wisata Taman Kyai Langgeng Magelang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah, maka dalam penelitian yang berjudul **"Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Taman Kyai Langgeng sebagai Media Promosi Informasi Persuasif Kepariwisataaan di Magelang"** ini, pembahasan ditujukan untuk mengetahui :

1. Bagaimana membuat iklan televisi yang komunikatif sehingga komunikan merasa tertarik dan yakin untuk mengunjungi wahana Wisata Taman Kyai Langgeng Magelang.

1.3 Batasan Masalah

Laporan skripsi ini dibuat berdasarkan data-data yang diperoleh selama melaksanakan penelitian. Karena luasnya bidang yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian, maka penulis membatasi penyusunan laporan ini pada:

1. Variabel Penelitian

Cara penyampaian kepada masyarakat selama ini hanya menggunakan brosur dengan adanya pembuatan iklan ini dengan durasi 30 detik yang

akan disiarkan di TV Lokal (RBTV Yogyakarta) diharapkan pengunjung yang berasal dari luar Kota Magelang bisa bertambah.

2. Software yang digunakan

Periklanan dibuat dengan beberapa perangkat lunak, antara lain: Adobe After Effect CS5 digunakan untuk effect khusus, Adobe Premiere Pro CS5 digunakan untuk editing video, CoolEdit Pro 2.0 untuk menambah effect suara, dan Adobe Photoshop CS5 digunakan untuk desain Logo.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan *iklan* ini antara lain:

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Sebagai syarat kelulusan program Diploma D3 STMIK AMIKOM Yogyakarta.
 - b. Mengembangkan sekaligus mengaplikasikan wawasan dan kemampuan yang diperoleh selama lebih dari 3 tahun di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bagi Objek Penelitian, dalam hal ini Taman Kyai Langgeng
 - a. Sebagai media informasi yang dapat dilihat oleh semua kalangan sekaligus juga sebagai media promosi sehingga Taman Kyai Langgeng dapat lebih dikenal.
 - b. *Iklan* bisa menjadi sebuah fasilitas baru yang bisa di sajikan oleh Taman Kyai Langgeng.

c. Sebagai bahan pertimbangan di masa depan, sehingga *iklan* yang dibuat kedepannya menjadi lebih baik.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa lain yang ingin membuat Tugas Akhir atau Skripsi.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data disini bertujuan untuk mendapatkan segala informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, dan untuk itu digunakan beberapa metode pengumpulan data:

1. Wawancara

Metode ini diterapkan dengan cara melakukan komunikasi langsung dengan responden atau pihak yang bertanggung jawab mengenai masalah yang diteliti, dalam hal ini pihak pengelola Taman Kyai Langgeng.

2. Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi atau penelitian langsung pada obyek penelitian.

3. 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.

4. 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.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, dan jadwal rencana penelitian.

BAB II LANDASAN 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.

1.7 Jadwal Rencana Penelitian

Tabel 1.1. Jadwal Rencana Penelitian

NO	Kegiatan	2011								2011							
		April				Mei				Juni				July			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Konsep Perencanaan	■	■	■	■												
2	Pengajuan Proposal Penelitian				■	■	■	■	■								
3	Pembuatan Abstraksi					■	■	■	■								
4	Pra Produksi									■	■	■	■				
5	Produksi									■	■	■	■	■	■	■	■
6	Pasca Produksi													■	■	■	■
7	Laporan Tugas Akhir																■