

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan bentuk nyata dari suatu perjalanan sebagai sebuah bisnis global yang menjanjikan dalam perkembangan teknologi informasi saat ini. Berbagai manfaat yang didapat yaitu salah satunya dalam bidang periklanan pada media elektronik bagi pariwisata khususnya ekowisata dengan tujuan menikmati dan mempelajari mengenai alam, sejarah dan budaya di suatu daerah, di mana pola wisatanya membantu ekonomi masyarakat lokal dan mendukung pelestarian alam suatu daerah yang sangat diperlukan. Dalam sebuah periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk mempromosikan tempat pariwisata di suatu daerah, seperti pada periklanan televisi dengan menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan text.

Maluku Tengah merupakan kabupaten yang berada di Provinsi Maluku. Kabupaten Maluku Tengah dikenal dengan cagar alam, hutan lindung, dan pantainya. Namun karena kurangnya promosi dari pemerintah setempat, banyak wisatawan tidak mengetahui tentang keindahan alam tersebut. Sampai saat ini media yang dipakai hanya sebuah brosur atau baliho yang didalamnya sangat minim informasi mengenai tempat wisata yang akan dikunjungi.

Melihat adanya permasalahan diatas, penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentang “Pembuatan Video Iklan Sebagai Sarana Promosi Ekowisata Daerah Maluku Tengah”. Penelitian ini berupaya semaksimal mungkin untuk

membuat sebuah iklan televisi dan iklan sosial media yang diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan perekonomian masyarakat lokal serta mendukung pelestarian alam.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu, “Bagaimana membuat iklan media sosial untuk promosi ekowisata Kabupaten Maluku Tengah tepatnya di Desa sawai?”.

1.3 Batasan Masalah

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

- a. Video iklan ini akan berisi tentang ekowisata di desa Sawai
- b. Durasi dan format mengikuti aturan tv lokal dan sosial media.
- c. Iklan ini akan ditayangkan pada sosial media dan alat sosialisasi Dinas Pariwisata.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk:

- a. Memperkenalkan desa Sawai akan tempat wisata dan sumber dayanya.
- b. Membuat video iklan sebagai sarana promosi wisata kabupaten Maluku Tengah
- c. Menerapkan ilmu yang telah didapat selama masa studi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis, Pariwisata Kabupaten Maluku Tengah dan *Production House*, yaitu dengan uraian sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan atas teori yang di ajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut perancangan iklan. Serta dapat menyusun skripsi pada program S1 Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta.

b. Bagi Pariwisata Kabupaten Maluku Tengah

Manfaat bagi Pariwisata Kabupaten Maluku Tengah yaitu memperkenalkan wisata yang ada di kabupaten Maluku Tengah ke masyarakat luas dan menambah media promosi pariwisata di Kabupaten Maluku Tengah.

c. Bagi *Production House*

Manfaat bagi *Production House* yaitu dapat memberikan kritik dan saran atas apa yang telah dibuat dan menjadi bahan evaluasi sebagai tolak ukur dalam keberhasilan pembuatan video iklan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, perlu adanya metode penelitian yang tepat agar tujuan dalam penelitian dapat tercapai. Untuk itu penulis menerapkan berbagai metode penelitian, seperti:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian dengan cara pengumpulan data terdiri dari beberapa metode, dengan penjabaran sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu berupa tempat wisata yang ada di Kabupaten Maluku Tengah untuk kebutuhan pengambilan gambar agar mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

b. Metode Wawancara

Mengadakan tanya jawab langsung kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Maluku Tengah dengan tujuan mencari data tentang pariwisata untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

c. Metode Studi Pustaka

Mengumpulkan data dengan membaca buku-buku dan sumber lain untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan.

1.6.2 Metode Analisis

Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional. Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh iklan dari segi informasi. Kebutuhan non fungsional terdiri dari *software*, *hardware* dan *brainware* yang digunakan dalam penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan tahapan pertama dalam pembuatan iklan yaitu tahap pra produksi sesuai rancangan yang telah dibuat.

1.6.4 Pembuatan

Melakukan tahapan produksi yang meliputi pengambilan gambar, dilanjutkan dengan pengeditan video yang menggabungkan dengan beberapa

teknik. Kemudian dilanjutkan tahap terakhir pra produksi meliputi pembuatan narasi, backsound hingga tahap terakhir rendering.

1.6.5 Implementasi dan Evaluasi

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan melakukan penayangan hasil akhir video iklan di sosial media instagram dan facebook, serta menyerahkan hasil penelitian ini untuk dijadikan alat sosialisasi Dinas Pariwisata Maluku Tengah.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistem penulisan laporan ini disusun secara sistematika dalam lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitannya dengan penelitian serta menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar teknologi yang mendukung pembuatan iklan untuk media informasi, seperti konsep dasar iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menguraikan tentang ide cerita, storyboard, serta tema pada implementasi video promosi ekowisata.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang langkah produksi dan langkah pasca produksi pada pembuatan vide iklan untuk Ekowisata Maluku Tengah.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan yang didapatkan dari laporan yang ditulis, serta adanya saran yang berguna bagi pembuatan iklan selanjutnya.

