

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi telah berkembang pesat, kita telah mendapatkan efek dari teknologi tersebut. Hal ini ditandai dengan berkembangnya teknologi pengolahan video iklan. Iklan merupakan salah satu media yang paling mudah dan cepat dalam suatu penyampaian informasi. Dengan metode audio visual yang mudah dipahami akan menjadikan suatu informasi disukai dan diterima oleh masyarakat [1].

Periklanan merupakan salah satu alat yang paling umum digunakan perusahaan untuk mengarahkan komunikasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) pada pembeli sasaran dan masyarakat. Periklanan pada dasarnya adalah bagian dari kehidupan industri modern. Kehidupan dunia modern saat ini sangat tergantung pada iklan. Tanpa periklanan, berbagai produk tidak akan dapat mengalir secara lancar kepada distributor atau penjual, apalagi ke tangan konsumen [2].

Kata iklan sendiri berasal dari bahasa Yunani, yang artinya adalah upaya menggiring orang pada gagasan. Adapun pengertian secara luas adalah semua bentuk aktifitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang ataupun jasa secara nonpersonal melalui media yang dibayar oleh sponsor tertentu [3].

Wisata Pule Payung ini berada di lahan milik warga setempat dengan luas lahan sekitar 2 hektar. Di dusun Soropati, Hargotirto, Kokap, Kulon Progo. Nama Pule Payung sendiri dipilih oleh pengelola dikarnakan pada zaman dahulu di tempat

ini terdapat sebuah pohon pule atau sejenis pohon kelapa yang tumbuh di tempat ini, sehingga akhirnya pengelola mengambil nama tersebut untuk tempat wisata ini.

Menurut pengelola Wisata Pule Payung merupakan salah satu wisata yang bisa dibilang masih sangat baru. Sehingga masih banyak orang yang belum mengetahuinya. Hampir sama dengan wisata – wisata baru lainnya saat ini yang sedang menawarkan persona gardu pandang. Pule Payung juga menawarkan panorama gardu pandang dengan latar belakang perbukitan serta waduk sermo.

Dalam pelaksanaan promosi wisata Pule Payung, sebelumnya pengelola melakukan pemasaran melalui website. Promosi yang dilakukan selama ini menurut pengelola kurang efektif. Karena perlu diketahui para wisatawan sekarang berinteraksi sangat aktif melalui media sosial salah satunya media sosial instagram. Semakin diminatinya media sosial instagram menjadikan pengelola Wisata Pule Payung memandang hal tersebut sebagai peluang untuk meningkatkan promosi yang cukup efektif dan tentunya dengan fitur-fitur yang tersedia di instagram yang lebih mudah digunakan. Maka dari itu pengelola ingin meningkatkan promosi melalui media sosial instagram, salah satu yang diinginkan oleh pengelola adalah melalui video iklan pada media sosial instagram. Akan tetapi, dengan keterbatasan sumber daya manusia pengelola Pule Payung belum mampu membuat video iklan tersebut.

Dari masalah tersebut diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pembuatan Video Iklan Objek Wisata Pule Payung Pada Media Sosial Instagram”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Setelah mengkaji latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut “Bagaimana pembuatan Video Iklan Objek Wisata Pule Payung Pada Media Sosial Instagram.?”

## 1.3 Batasan Masalah

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

- a. Penelitian pembuatan video iklan ini dilakukan di wilayah Pule Payung.
- b. Informasi yang disampaikan mencakup pengenalan Wisata Pule Payung.
- c. Software editing menggunakan Adobe After Effect CC 2017, Adobe Premiere CC 2017, Adobe Audition CC 2017, dan PhotoShop CC 2017.
- d. Dikemas dengan menggunakan format .mp4 dan resolusi HD 1820 x 720 pixels.
- e. Peneliti hanya sebatas membuat sesuai dengan kebutuhan pihak objek wisata Pule Payung.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang diteliti, maka maksud dan tujuan dari pembuatan proposal ini adalah “Pembuatan Video Iklan Objek Wisata Pule Payung Pada Media Sosial Instagram”.



## 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai proses memperkenalkan objek wisata pule payung kepada konsumen melalui suatu media instagram. Untuk mencapai tujuan dari sebuah usaha :

### 1.5.1 Bagi Objek Wisata Pule Payung

- a. Memperkenalkan objek wisata Pule payung kepada masyarakat luas.
- b. Menginformasikan hal-hal seputar objek wisata Pule payung kepada masyarakat luas.
- c. Dapat mengoptimalkan media publikasi promosi.

### 1.5.2 Bagi Masyarakat Umum

- a. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang objek wisata Pule Payung.
- b. Membantu masyarakat umum yang membutuhkan informasi tentang objek wisata Pule Payung.

## 1.6 Metode Penelitian

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan penelitian saat melakukan penelitian adalah:

- a. Metode Wawancara

Metode ini digunakan untuk tanya jawab dengan pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai Wisata Pule Payung dan permasalahan yang akan diteliti. Metode ini dilakukan pada bulan

Januari 2019 di tempat Wisata Pule Payung dengan Manajemen Wisata Pule Payung yaitu Eko Purwanto.

b. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan mengambil video secara langsung yang berhubungan dengan penelitian skripsi untuk dijadikan obyek pada program skripsi.

c. Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku dan melalui fasilitas internet yang memberikan informasi yang akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, ada juga buku elektronik (*e-book*) yang dapat dijadikan referensi dalam studi pustaka. Metode studi pustaka tersebut menggunakan acuan berupa buku atau literatur yang relevan dengan proses penelitian sebagai tambahan referensi.

d. Metode Angket (Kuisisioner)

Metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

## 1.7 Sistem Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan laporan skripsi ini penulis menggunakan sistematika penyusunan sebagai berikut :

a. BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

b. BAB II Landasan teori

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitannya dengan peneliti, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan video promosi pada Wisata Pule Payung.

c. BAB III Tinjauan Umum

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan iklan video promosi pada Wisata Pule Payung secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

d. BAB IV Implementasi dan Pembahasan

Bab ini akan dibahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoperasian iklan video promosi pada Wisata Pule Payung dan implementasi dari video yang sudah dibuat.

e. BAB V Penutup

Berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses pembuatan iklan video promosi pada Wisata Pule Payung dan berupa saran untuk perbaikan media yang dihasilkan untuk masa yang akan datang