

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya dalam bidang periklanan. Khususnya periklanan media televisi bagi pariwisata suatu daerah. Media iklan televisi merupakan salah satu penyampaian informasi yang efektif dan menarik dalam penyampaiannya. Iklan di televisi memiliki kelebihan unik dibandingkan iklan di media cetak. Kelebihan iklan ini memungkinkan diterimanya tiga kekuatan generator makna sekaligus, yakni narasi, suara dan visual. Ketiganya kemudian akan membentuk sebuah sistem pertandaan yang bekerja untuk memengaruhi penontonnya.

Saat ini, banyak tempat wisata dengan konsep waterpark dibuat untuk menjadi daya tarik wisata di berbagai lokasi. Wisata dengan konsep waterpark ini merupakan salah satu pilihan berwisata yang masih digemari oleh berbagai kalangan masyarakat.

Munculnya pesaing baru dengan tema yang sama, secara tidak langsung dapat mempengaruhi tingkat pengunjung di Waterpark ini. Sehingga diperlukan upaya untuk dapat menarik dan meningkatkan kembali kunjungan pariwisata baik lokal maupun interlokal di Waterpark Galuh Tirtonirmolo meskipun berbagai media promosi sudah dilakukan. Dengan adanya multimedia memungkinkan menjadi suatu sistem yang baru dalam meningkatkan promosi.

Berdasarkan hal tersebut, dibuatlah sarana informasi yang dapat menjangkau seluruh wilayah dan dunia di jejaring sosial dengan metode visual yang lebih efektif dalam menyampaikan maksud dari suatu iklan. Dengan adanya media iklan ini diharapkan mampu membantu dalam mempromosikan taman bermain anak “Waterpark Galuh Tirtonirmolo Prambanan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana membuat iklan televisi yang kreatif, komunikatif dan efektif sebagai media promosi pada taman bermain anak “Waterpark Galuh Tirtonirmolo Prambanan” yang mudah dipahami oleh masyarakat luas.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dimaksudkan untuk memberikan arah yang jelas bagi penulis untuk penelitian dan cara dalam melakukan penelitian. Maka penulis menentukan beberapa batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ditujukan untuk pihak “Waterpark Galuh Tirtonirmolo Prambanan” khususnya untuk memaksimalkan media promosi yang ada selama ini.
2. Software yang digunakan dalam proses editing adalah Adobe Premiere Pro CS6, Adobe After Effect CS6 dan Adobe Audition CS6
3. Proses perekaman menggunakan kamera DSLR Canon EOS Kiss.
4. Teknik yang digunakan adalah teknik live shoot.

5. Iklan Waterpark Galuh Tirtonirmolo dibuat dalam durasi 40 detik.
6. Iklan yang dibuat jenis iklan televisi.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu :

1. Pembuatan dan merancang iklan televisi sebagai media promosi.
2. Menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama mengikuti mata kuliah tentang multimedia.
3. Membantu meningkatkan promosi Waterpark Galuh Tirtonirmolo.
4. Memberi solusi dengan pembuatan sistem promosi baru.
5. Memotivasi dan menambah pengetahuan tentang pembuatan iklan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Peneliti

- Belajar menerapkan teori-teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan ke dalam praktek yang sebenarnya.
- Menambah wawasan dan pengetahuan dalam pembuatan iklan serta manajemen pemasaran.
- Sebagai motivasi bagi peneliti untuk mengadakan penelitian yang lain.
- Menguji kemampuan penulis dalam mengimplementasikan teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan khususnya dalam bidang multimedia.

1.5.2 Institusi Terkait

- Sebagai media promosi untuk mengenalkan taman bermain anak “Waterpark Galuh Tirtonirmolo Prambanan” kepada masyarakat luas melalui media periklanan televisi.
- Diharapkan dapat menjadi masukan bagi institusi terkait “Waterpark Galuh Tirtonirmolo Prambanan” dalam menetapkan langkah-langkah manajerial yang berhubungan dengan sistem promosi melalui media periklanan.

1.5.3 Pihak Lain

- Diharapkan dapat digunakan sebagai informasi bagi pihak-pihak lain yang melihatnya.
- Diharapkan menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian berikutnya.

1.6 Metode penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan beberapa penerapan metode untuk mendapatkan fakta dan menyelesaikan permasalahan. Metode yang dilakukan adalah dengan cara :

1.6.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data disini bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang obyek yang akan dijadikan sebagai penelitian. Tahapan yang dilakukan antara lain:

- a. Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti serta melakukan wawancara dan bimbingan pada pihak yang bertanggung jawab.

b. **Kepustakaan**

Pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari teori-teori ataupun buku-buku referensi yang menjadi sumber informasi dari masalah yang diteliti.

1.6.2 Perencanaan

Tahap perencanaan atau tahap Pra-Produksi. Pada tahap ini ditentukan tujuan produksi, konsep, schedule, pembuatan storyboard, pengecekan alat dan property yang dibutuhkan, pengambilan gambar, setting tempat dan sebagainya yang patut direncanakan.

1.6.3 Produksi

Pada tahap produksi pengambilan gambar dilakukan idealnya hingga tuntas dan sudah dicakupkan dalam storyboard pada tahap pra-produksi. Selanjutnya dilakukan pengeditan (pasca produksi) untuk menentukan hasil video.

1.6.4 Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan pengoreksian ulang terhadap kinerja yang merujuk pada hasil pengerjaan video yang diproduksi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini terdiri dari beberapa bagian utama yaitu sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah pemilihan judul skripsi “Pembuatan dan Perancangan Iklan Waterpark Galuh Tirtonirmolo Prambanan”, rumusan masalah, batasan masalah yang diteliti, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini dijelaskan mengenai konsep dasar, teori-teori dasar dan pengertian-pengertian mengenai pembahasan masalah yang mendasari penelitian serta software yang digunakan dalam pembuatan dan penyelesaian video iklan yang dibuat.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

pada bab ini diuraikan tentang analisis yang digunakan yaitu dengan analisis SWOT dan analisis kebutuhan.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memaparkan hasil dari tahapan penelitian seperti pengambilan gambar, editing, rendering sampai tahap akhir.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan uraian bab-bab sebelumnya dan saran dari hasil penelitian guna menghasilkan karya yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat keterangan dari buku-buku dan literatur lain yang menjadi acuan dalam penyusunan skripsi.

LAMPIRAN

