

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Informasi saat ini menjadi salah satu kebutuhan primer bagi setiap Orang yang membawa perubahan dalam segala aspek kehidupan. Berbagai jenis teknologi informasi berkembang pesat seiring berjalannya waktu. Perkembangan yang mudah ditemui ialah penggunaan teknologi komputer dalam pembuatan media iklan Televisi. Penyampaian informasi yang jelas dan menarik akan memberikan daya tarik tersendiri bagi para pemirsa yang menonton iklan televisi tersebut.

Iklan adalah suatu penyampaian informasi yang isinya membujuk khalayak ramai atau orang banyak supaya tertarik kepada barang atau jasa yang ditawarkan. Kekuatan utama dari sebuah iklan terletak pada gambar, bahasa, serta ide yang kreatif.

Brebes merupakan kabupaten dengan jumlah penduduk terbanyak di Jawa Tengah, memiliki luas wilayah mencapai 1.657,73 km persegi, Kabupaten Brebes memiliki potensi wisata alam yang luar biasa. Namun dibalik potensi alam yang luar biasa tersebut, sepertinya upaya Pemerintah setempat mempromosikan Kabupaten Brebes menjadi destinasi wisata terbaik se Jawa Tengah melalui media promosi seperti majalah cetak, radio, Facebook dan social media lainnya dirasa kurang efektif. Pembuatan iklan televisi untuk mempromosikan potensi wisata alam merupakan salah satu upaya untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi

Dari permasalahan tersebut diatas maka peneliti mencoba menerapkannya dalam karya ilmiah yang berjudul **“Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Pariwisata Alam Kabupaten Brebes Jawa Tengah”** dimana dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi media informasi dalam hal menyampaikan, mengenalkan ataupun mempromosikan serta sebagai upaya meningkatkan minat wisatawan dari aspek budaya dan karakter masyarakat lokal dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang yang telah dikemukakan, penulis memiliki rumusan masalah, yaitu bagaimana merancang dan membuat Iklan Televisi Pariwisata Alam Kabupaten Brebes?

### **1.3 Batasan Masalah**

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

1. Iklan ini hanya menampilkan informasi tentang pariwisata alam Kabupaten Brebes.
2. Pembuatan iklan menggunakan software Adobe After Effect CC 2015, Audacity, Adobe Premiere Pro CC 2015.
3. Durasi video iklan selama 45 detik
4. Pengambilan video iklan menggunakan live shoot.
5. Rendering video menggunakan standard broadcasting televisi Indonesia, yaitu PAL HD 720 x 576p @25 fps.

6. Peneliti menawarkan pengambilan gambar menggunakan *Drone*.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Dari penelitian ini, penulis bermaksud untuk :

1. Memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang pariwisata alam Kabupaten Brebes.
2. Memvisualisasikan wisata alam Kabupaten Brebes.
3. Membuat video iklan wisata alam Kabupaten Brebes
4. Memaksimalkan perangkat yang dimiliki penulis.
5. Sebagai implementasi dari apa yang telah dipelajari saat perkuliahan.
6. Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada jurusan Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Video iklan yang telah selesai dibuat diharapkan bisa digunakan oleh Dinas Pariwisata Brebes sebagai media untuk membantu mempromosikan kepada masyarakat luas terutama wisatawan, sehingga bisa menambah jumlah pengunjung serta dapat meningkatkan pendapatan daerah maupun masyarakat lokal.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Dalam melakukan penelitian, penulis melakukan beberapa metode penelitian.

Adapun langkah-langkah dalam penelitian ini yaitu :

## **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

### **1.6.1.1 Metode Observasi**

Metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dengan melakukan penelitian dan peninjauan langsung terhadap lokasi pengambilan video Iklan Pariwisata alam Kabupaten Brebes.

### **1.6.1.2 Metode Wawancara**

Mengumpulkan data dengan cara mewawancarai atau menanyakan langsung kepada warga sekitar atau seseorang yang berwenang dalam sebuah instansi/obyek tersebut.

## **1.6.2 Metode Analisis**

Merupakan tahapan menganalisis system yang akan dibangun. Adapun analisis yang dimaksud adalah analisis kebutuhan system yang terdiri dari analisis kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional dengan menggunakan model analisis SWOT.

## **1.6.3 Metode Perancangan**

Pada tahap ini, penulis akan melakukan tahap Pra Produksi seperti merancang ide, membuat storyboard, mempersiapkan peralatan yang di butuhkan, menentukan waktu yang tepat untuk pengambilan gambar.

#### 1.6.4 Metode Pengembangan

##### a. Produksi

Peneliti mulai melakukan pengambilan gambar sesuai dari tahapan Pra Produksi

##### b. Pasca Produksi

Dalam tahap ini, peneliti mulai melakukan proses *editing* video, mulai dari penyusunan video, memeriksa hasil *editing* sementara, *rendering*, *testing*, sesuai standard broadcasting.

#### 1.6.5 Metode Implementasi

Dalam tahapan ini, penulis akan melakukan pengamatan apakah ada sebuah kesalahan dalam proses *editing* atau tidak. Apabila semua sudah sesuai dengan perencanaan, maka peneliti menyerahkan video hasil *rendering* untuk di publikasikan di salah satu stasiun Televisi.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam menyusun laporan penelitian ini, untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dijalankan. Terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab pendahuluan sebagian besar materi berupa penguraian dari latar belakang masalah,

rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Merupakan uraian teori-teori yang mendasari pembahasan terperinci yang berhubungan dengan penelitian. Meliputi konsep dasar multimedia, konsep dasar iklan, dan system perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini.

**BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Berisi tentang tinjauan umum obyek penelitian, menjabarkan semua analisis termasuk analisis kebutuhan, analisis kelayakan, dan metode yang digunakan.

**BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang implementasi yang meliputi tahapan produksi dan pasca produksi pembuatan iklan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Dalam pembuatan kesimpulan diperkuat dengan bukti bukti yang ditemukan pada saat melakukan penelitian. Hal ini diharapkan

bermanfaat bagi pihak lain untuk pembelajaran dan pengembangan peneliti yang akan datang.

