

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Teknologi merupakan hal yang mempunyai peran penting bagi kehidupan manusia, tidak salah jika saat ini banyak masyarakat yang mengikuti perkembangan teknologi dengan seksama. Salah satunya adalah iklan, iklan adalah sebuah bentuk komunikasi untuk pemasaran dan digunakan untuk mendorong atau membujuk penonton (pemirsa, pembaca, atau pendengar, dan kelompok tertentu) untuk melanjutkan atau mengambil tindakan baru. Iklan televisi atau musik dalam iklan komersial televisi umumnya dianggap paling efektif. Virtual iklan dapat dimasukkan kedalam program televisi bisa melalui grafik komputer.

Kabupaten Purworejo merupakan salah satu kota kecil yang berada dalam provinsi Jawa Tengah dan berbatasan dengan Daerah istimewa Yogyakarta. Di perbatasan dengan DIY, membujur Pegunungan Menoreh, Purworejo berada di jalur utama lintas selatan Pulau Jawa. Kabupaten ini juga dilintasi jalur kereta api, dengan stasiun terbesarnya di Kutoarjo. Dalam bidang pariwisata, purworejo mengandalkan pantainya di sebelah selatan yang bernama "Pantai Ketawang", "Pantai Keburuhan (Pasir Puncu), "Pantai Jatimalang" didukung dengan gua-gua seperti "Gua Selokarang" dan "Sendang Sono", di Sendang Sono (artinya kolam di bawah pohon sono) masyarakat

memercayai bahwa mandi di sendang tersebut akan dapat mempertahankan keremajaan. Gua Seplawan, terdapat di kecamatan Kaligesing. Goa ini banyak diminati wisatawan karena keindahan goa yang masih asli dan juga keindahan pemandangan alamnya serta hasil buah durian dan kambing ettawa sebagai salah satu ciri khas hewan ternak di Kabupaten Purworejo. Di samping itu, terdapat juga air terjun "Curug Muncar" dengan ketinggian \pm 40m yang terletak di kecamatan Bruno dengan panorama alam yang masih alami. Gua pencu di desa Ngandangan merupakan bentuk benteng seperti gua pada zaman Hindia Belanda, dan pada masa itu gua pencu pernah didatangi oleh Presiden Sukarno, tapi sekarang sudah tidak terawat karena kurang pedulinya aparaturn pemerintah desa. (<http://www.purworejokab.go.id/>)

Kabupaten Purworejo masih menggunakan media cetak sebagai media promosi dan pemasaran. Cara promosi seperti ini dirasakan masih kurang begitu efektif untuk mencapai terget pemasaran sehingga perlu dibuatkan suatu cara promosi dengan menggunakan media televisi yang nantinya diharapkan akan meningkatkan kunjungan wisatawan ke Purworejo. Disamping itu dengan adanya iklan ini dapat menjadi daya saing Purworejo dengan kabupaten yang lain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu bagaimana membuat iklan televisi yang dapat memaksimalkan informasi dan promosi video iklan visit Purworejo 2016

menjadi sarana media iklan yang lebih efektif dibandingkan dengan promosi wisata sebelumnya.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini di batasi dengan ruang lingkup yang lebih kecil yaitu :

1. Pembuatan iklan ini lebih di tujukan untuk memaksimalkan media promosi yang sudah ada yaitu media cetak berupa selebaran ataupun spanduk.
2. Teknik yang digunakan live shoot.
3. Iklan ditayangkan di televisi lokal.
4. Software yang digunakan adalah Adobe Priemere Pro cs5
5. Kamera yang digunkan adalah kamera canon DSLR.
6. Tahap produksi iklan meliputi tahap pra produksi (penetapan ide cerita, pembuatan naskah cerita, pembuatan story board). Tahap produksi (tata setting cahaya dan cahaya). Dan tahap pasca produksi (editing, pemberian efek, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video).

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui data yang ada di kabupaten purworejo. Dan memperoleh tanggapan dari masyarakat atas media promosi wisata Kabupaten Purworejo.

1.5 Metode penelitian

Untuk mendapat data yang di perlukan penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data.

Wawancara pada penelitian sampel besar biasanya hanya dilakukan sebagai studi pendahuluan karena tidak mungkin menggunakan wawancara pada 1000 responden, sedangkan pada sampel kecil teknik wawancara dapat diterapkan sebagai teknik pengumpul data (umumnya penelitian kualitatif)

Wawancara terbagi atas wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.

1. Wawancara terstruktur artinya peneliti telah mengetahui dengan pasti apa informasi yang ingin digali dari responden sehingga daftar pertanyaannya sudah dibuat secara sistematis. Peneliti juga dapat menggunakan alat bantu tape recorder, kamera photo, dan material lain yang dapat membantu kelancaran wawancara.
2. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas, yaitu peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang berisi

pertanyaan yang akan diajukan secara spesifik, dan hanya memuat poin-poin penting masalah yang ingin digali dari responden.

2. Observasi

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.

3. Metode Literatur

Studi Literatur adalah cara untuk menyelesaikan persoalan dengan menelusuri sumber-sumber tulisan yang pernah dibuat sebelumnya. Dengan kata lain, istilah Studi Literatur ini juga sangat familier dengan sebutan studi pustaka.

1.5.2 Metode Analisis Data

Analisis terhadap objek yang akan di ambil datanya untuk keperluan proses produksi iklan.

1.5.3 Metode Perancangan

Merancang proses pra produksi yang bisa mempermudah dalam pembuatan iklan.

1.5.4 Metode Produksi

Merancang proses produksi yang sesuai dengan ide cerita dan sesuai dengan story board yang sudah ada. Dengan metode live shoot.

1.5.5 Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap penyelesaian produksi multimedia menjadi hasil akhir. Tahap ini meliputi editing, pemberian efek, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video.

1.6 Sistematika Penulisan

Seperti laporan karya ilmiah pada umumnya, menggunakan sistematika skripsi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, dasar iklan, dasar editing video, dasar-dasar efek visual film dan software yang digunakan dalam proses editing.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Terkait dengan perancangan terhadap iklan yang akan di buat dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang di perlukan untuk membuat iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini mengurai tentang bagian yang menjelaskan cara dan tahapan pembuatan iklan.

BAB V PENUTUP

Bagian yang berisi kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari keseluruhan pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan dan kelemahan iklan yang dibuat serta kemungkinan untuk di kembangkan lebih lanjut.

