

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

a. Latar Belakang Pemilihan Topik

Berdasarkan pendapat Nuryanti (1993:2-3) Desa Wisata merupakan sebuah pola penggabungan dari pertunjukan, kemudahan, dan sarana serta pra-sarana penunjang yang diberikan dalam sebuah susunan kegiatan masyarakat yang melekat dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Susilo et al., 2016). Desa Wisata Bowele adalah desa wisata yang berlokasi di Desa Purwodadi, Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang yang mempunyai beragam objek wisata yang menawarkan keindahan alam yang luar biasa. Terdapat tiga pantai utama yakni Pantai Bolu-Bolu, Pantai Lenggoksono dan Pantai Wediawu yang mempunyai pemandangan eksotis serta adanya hutan alami, kekayaan budaya lokal serta fasilitas dan pelayanan liburan yang memuaskan. Desa Wisata Bowele termasuk salah satu dari 75 desa wisata terbaik dalam Anugerah Desa Wisata (ADWI) pada tahun 2023 dan diberikan langsung oleh Bapak Menteri Kemendagri Sandiaga Uno.

Iklan menurut Susiana (1986:1) menyatakan bahwa iklan merupakan sebuah pola komunikasi yang tersusun dari informasi dan gagasan terkait suatu produk yang disampaikan kepada target audiens secara bersamaan supaya mendapatkan penerimaan yang baik, iklan berusaha untuk memaparkan informasi, membujuk, dan meyakinkan (Siboro, 2018). Selanjutnya, iklan komersial merupakan setiap bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memotivasi calon konsumen dan mempromosikan suatu produk, untuk mempengaruhi pendapat khalayak, memenangkan dukungan khalayak supaya tertarik untuk membeli produk-produk yang telah diedarkan demi mendapatkan keuntungan. Lebih lanjut menurut Jefkins (1997:17) mengatakan bahwasannya “Pada hakikatnya, tujuan iklan yakni mengganti atau mengendalikan sikap-sikap audiens.” Suatu iklan akan dikatakan berhasil ketika dapat menyampaikan pesan dan mempengaruhi audiens (Masrukhi, 2017).

Akan tetapi, meskipun memiliki potensi wisata yang cukup besar, promosi di desa ini belum dianggap maksimal. Hal ini terlihat dari akun sosial media resmi Desa Wisata Bowele yang kurang aktif dan juga belum memiliki iklan komersial yang mempromosikan secara khusus wisata serta fasilitas, pelayanan dan aktivitas yang disediakan oleh desa tersebut.

Kurangnya promosi yang efektif dan menarik menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh Desa Wisata Bowele. Sebelumnya Desa Wisata Bowele sudah memiliki video iklan company profile yang dipublikasi pada akun YouTube resmi mereka yakni @desawisatabowele pada tahun 2021, namun iklan tersebut masih kurang optimal. Oleh karena itu, saat ini terdapat kebutuhan akan merancang strategi iklan yang lebih kreatif dan persuasif yang mampu menarik perhatian dan memikat hati calon wisatawan. Di samping itu, Malang raya tentunya mempunyai banyak destinasi wisata yang mempunyai keindahan alamnya seperti Wisata Bromo, Pantai Tiga Warna, Pantai Teluk Asmara dan wisata alam sebagainya.

Dengan demikian, tim Noorvision Production memberikan penyelesaian masalah berdasarkan latar tersebut adalah dengan membuat iklan komersial. Hal tersebut sangat penting dilakukan untuk mempromosikan dan mengenalkan wisata alam, fasilitas, pelayanan dan aktifitas yang ditawarkan Desa Wisata Bowele.

b. Analisis Situasi

Dalam Oxford (2018) Copywriter merupakan sebuah pekerjaan yang berkaitan erat dengan kepenulisan yang digunakan untuk mempromosikan sebuah produk atau merek atau jasa (Waris et al., 2024). Tentunya, copywriter mempunyai peranan penting dalam pembuatan iklan komersial. Copywriter sendiri mempunyai tanggungjawab dalam membuat naskah iklan yang bertujuan untuk memikat, menarik hati calon wisatawan. Selain itu, copywriter juga melakukan wawancara untuk mendapatkan data yang nantinya akan dikembangkan menjadi sebuah naskah iklan.

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Bapak Mukhlis selaku Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Wisata Bowele, *copywriter* mendapatkan beberapa potensi bahwasannya di desa tersebut mempunyai daya tarik kekayaan alam, mempunyai tiga pantai utama seperti Pantai Bolu-bolu, Pantai Wediawu, dan Pantai Lenggoksono yang masing-masing pantainya mempunyai kelebihan. Selain itu Kelebihan dari desa wisata ini adalah mempunyai konsep *private tourism* sehingga pengunjung atau wisatawan dapat menikmati kekayaan alam dengan situasi yang tidak terlalu ramai dan cenderung sepi pengunjung.

Dari beberapa potensi atau keunggulan yang dimiliki oleh desa tersebut, *copywriter* akan menjadikan hal tersebut sebagai ujung tombak dan menampilkan berbagai kegiatan yang bisa dilakukan di desa tersebut. Selain itu penyusunan konsep dan naskah iklan komersial nantinya juga mempunyai keterkaitan pada keunggulan dan menggambarkan bagaimana situasi yang ada di sana.

Dengan demikian, diperlukan peran *copywriter* dalam tahap pembuatan iklan Desa Wisata Bowele sangat diperlukan. *Copywriter* mempunyai tugas untuk membuat sebuah *copywriting* dengan berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan sebelumnya. Menurut Frank Jefkins dalam buku *Copywritring* karya Asti Musman berpendapat bahwa *copywriting* adalah seni penulisan pesan penjualan yang paling persuasive dengan dilatar belakangi kewiraniagaan yang kuat. Selain itu, *copy* juga diharuskan untuk menarik *attention, interest, desire, conviction, dan action* (Musman, 2023, p. 2).

Salah satu tantangan terbesar dalam pembuatan iklan Desa Wisata Bowele adalah bagaimana memproses hasil riset menjadi sebuah konsep dan kalimat yang akan disampaikan kepada calon wisatawan. Hal tersebut dikarenakan, iklan tidak hanya mengandalkan visual saja, namun juga *copy* yang menarik dapat menjadi sebuah keberhasilan iklan.

c. Identifikasi Masalah

Setelah melalui tahapan riset, copywriter melakukan pengidentifikasian masalah sehingga dapat dikatakan bahwa Desa Wisata Bowele membutuhkan iklan yang menampilkan keindahan bentang alam dan kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan di sana. Kebutuhan iklan tersebut dikarenakan belum pernah beriklan sebelumnya dan hal ini menjadi sebuah peluang besar untuk mengenalkan keindahan alam dan kegiatan di desa tersebut. Dalam iklan sendiri seorang copywriter diperlukan. Hal tersebut karena di dalam iklan terdapat naskah iklan yang menjadi cara menyampaikan atau mempromosikan sebuah produk atau layanan dari sebuah perusahaan atau industri.

d. Alasan Tugas Akhir Harus Dilakukan

Perkembangan teknologi yang cukup pesat juga berpengaruh dalam sektor pariwisata, iklan komersial dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan atau memperkenalkan daya tarik yang ditawarkan. Dalam hal ini, Desa Wisata Bowele mempunyai potensi wisata yang sangat besar seperti keindahan alam serta aktivitas-aktivitas yang menarik bagi wisatawan. Oleh sebab itu, kebutuhan iklan pun diperlukan dan hal tersebut tak lepas dari peran seorang copywriter dalam membuat copy dalam membuat iklan di Desa Wisata Bowele sangat diperlukan dalam menggambarkan kegiatan apa saja yang dapat dilakukan serta keindahan dan kekayaan alam yang bisa dinikmati oleh pengunjung.

1.2 Tujuan Tugas Akhir Karya Iklan

Tugas Akhir Karya Iklan ini mempunyai tujuan untuk mengaplikasikan peran seorang copywriter dalam sebuah karya iklan komersial dan bagaimana keterlibatan atau kontribusi seorang copywriter dalam membuat copy atau naskah iklan dengan memilih diksi yang tepat sehingga mampu memikat atau menarik hati dari audiens.

1.3 Manfaat Tugas Akhir Karya Iklan

a. Manfaat Praktis

Iklan komersial ini mempunyai manfaat yang berpengaruh bagi Desa Wisata Bowele, antara lain:

- a. Desa Wisata Bowele mempunyai sarana promosi dan arsip dalam mengenalkan dan menjual kekayaan alam serta potensi yang ada di sana.
- b. Desa Wisata Bowele mengalami peningkatan jumlah pengunjung. Sehingga, iklan komersial ini dapat meningkatkan pendapatan bagi masyarakat sekitar.

b. Manfaat Akademis

Iklan komersial ini mempunyai manfaat akademis, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang, iklan komersial ini menjadi sebuah wadah penyampaian informasi kepada pengunjung supaya masyarakat mengenal bahwa di Malang terdapat desa wisata yang menjadi salah satu desa wisata terbaik di Indonesia.

