

BAB II

Tinjauan Pustaka

2.1 Kajian Seputar TA

2.1.1 Profil Telogo Sewu

Wisata Telogo Sewu merupakan salah satu tempat wisata yang terletak di Desa Durensewu, Dusun Klagen, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Didirikan pada tahun 2006 tepatnya di bulan Oktober. Saat ini Telogo Sewu menjadi destinasi yang cukup ramai dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai daerah khususnya di Jawa Timur. Menjadi wisata keluarga yang bisa dikunjungi. Sejarah singkatnya, usaha kolam renang Telogo Sewu berdiri atas hasil musyawarah warga dengan para tokoh masyarakat Durensewu. Dan keputusan akhirnya untuk membuat kolam renang. Air yang digunakan Wisata Telogo Sewu merupakan air yang bersumber dari telaga yang menjadi aset air yang besar dari Desa Durensewu dan digunakan untuk daerah pertanian. Sebelumnya, usaha ini dinamakan Telogo Sewu, namun pada tahun 2015, nama Telogo Sewu berubah menjadi PT Telogo Sewu Sejahtera.

Wisata Telogo Sewu memiliki 5 kolam renang yang airnya selalu terasa menyegarkan dibandingkan tempat wisata lain karena airnya berasal dari beberapa sumber air yang berada di lingkungan warga. Diantaranya 3 kolam anak, satu kolam dewasa, dan satu kolam paus yang aksesnya berbeda, menjadi salah satu yang banyak diminati oleh anak-anak. Terdapat 3 perosotan dan biasanya diadakan mandi busa saat weekend. Karena kesegaran air yang dimiliki, pada bulan Oktober selalu diadakan acara syukuran sumber setiap tahunnya sebagai bentuk rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa. Acara ini dihadiri oleh masyarakat desa dan dilanjutkan dengan festival di hari berikutnya yang bisa dihadiri semua orang. Selain kolam renang, Telogo sewu juga menyediakan berbagai permainan menarik yang dapat dinikmati seperti sepeda air, penyewaan ATV, rollerball, sepeda dino dan terapi ikan. Selain itu, jika merasa lapar tidak perlu khawatir karena Telogo Sewu menyediakan pujasera yang besar dan lengkap dan koperasi.

Pembelian tiket Wisata Telogo Sewu dapat dibeli secara langsung di loket pintu masuk. Untuk hari biasa seharga Rp15.000 dan Rp20.000 saat weekend. Keduanya belum termasuk dengan wahana kolam paus. Jika ingin lebih hemat,

dapat membayar sebesar Rp25.000 sudah termasuk kolam paus. Pembelian seluruh tiket tersebut belum termasuk permainan yang ada di dalam Wisata Telogo Sewu.

2.2.2 Iklan Komersial Terkait Tempat Wisata

Periklanan adalah salah satu alat pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan suatu produk maupun layanan untuk mengkomunikasikan kepada audiens target tertentu. Iklan memiliki fungsi untuk mendukung suatu kampanye atau pemasaran terkait tempat wisata yang ditawarkan secara luas, penayangan iklan akan memanfaatkan berbagai macam platform media seperti Instagram, tergantung kebijakan tempat wisata tersebut. Iklan biasanya dibuat oleh perusahaan dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku atau opini masyarakat terhadap produk atau jasanya. Iklan menyampaikan informasi misalkan tempat wisata, agar menarik pengunjung dengan tempat tersebut dengan cara menonjolkan keunikan dari tempat Wisata Telogo Sewu dengan menciptakan keinginan atau kebutuhan baru. Tujuan dari banyak iklan adalah mendorong audiens agar tertarik datang ke Wisata Telogo Sewu .

Periklanan bisa bermacam-macam bentuknya, termasuk iklan cetak, iklan televisi, iklan online, media sosial, iklan ruang, dan masih banyak lagi. Strategi tersebut bisa memanfaatkan berbagai platform digital untuk menarik pengunjung datang ke Telogo Sewu yang dapat menghasilkan penjualan yang optimal, dan memastikan bisnis profitable dan sustainable (Hamidy, 2017) Mereka bisa sangat sederhana dan kreatif dan kompleks. Iklan juga dapat menargetkan audiens yang berbeda berdasarkan usia, jenis kelamin, minat, dan lokasi geografis. Selain menguntungkan pengiklan, periklanan dapat memainkan peran penting dalam perekonomian tempat wisata tersebut, dengan menghasilkan pendapatan bagi media yang menyiarkannya dan menciptakan lapangan kerja industri periklanan. Namun iklan juga kerap diperbincangkan masalah etika, khususnya penggunaan data pribadi dan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungannya.

Iklan tempat wisata seringkali menekankan tempat wisata yang menarik dan ceria, termasuk pengalaman petualangan yang menyenangkan bagi pengunjung yang datang ke tempat wisata tersebut. Biasanya iklan menampilkan gambar atau tempat ikonik dari tempat wisata itu sendiri. Hal ini meliputi tempat

yang ada di Telogo Sewu dengan menyajikan gambar atau tone warna yang colorful. Iklan menggambarkan berbagai tempat wisata yang ditujukan beberapa fasilitas yang dimiliki Telogo Sewu seperti kolam renang, tempat bilas, tempat bermain, pujasera, loket, dan outbond. Tujuannya adalah untuk menarik pengunjung datang ke Telogo Sewu, khususnya memperluas pasar yang dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Iklan biasanya juga menampilkan logo dan branding pada tempat wisata tersebut secara mencolok untuk meningkatkan minat pengunjung yang datang. Iklan tempat wisata dapat ditayangkan di berbagai saluran media seperti televisi, radio, internet, dan media sosial. Mereka juga dapat menargetkan pada audiens yang sesuai dengan target pasar dengan memperluas daerah pada tempat wisata tersebut, seperti di kalangan usia anak-anak hingga orang tua.

2.2.3 Media Sosial sebagai Media Iklan Komersial

Media sosial merupakan platform digital yang berisikan fasilitas bagi penggunaannya untuk bersosialisasi dan berkomunikasi dalam bentuk foto, video, maupun tulisan berupa konten yang terbuka bagi publik dan sifatnya *realtime*. Hal tersebut dikarenakan media sosial berupa sekumpulan aplikasi yang kinerjanya dibantu oleh internet. Selama pengguna tersambung pada koneksi internet, maka konten yang disebar akan terunggah saat itu juga. Media Sosial juga memiliki fungsi lain sebagai media dalam membagikan iklan komersial. Karena dianggap sebagai media yang paling efektif. Iklan komersial pada platform media sosial dengan konten yang menarik, menjadi iklan yang paling efektif untuk menjangkau berbagai kalangan walaupun hanya dalam waktu satu menit. Tentu saja hal ini harus didasarkan dengan mengetahui karakteristik, informasi, dan dampak yang akan timbul kedepannya. Berbagai macam iklan dapat dilihat di media sosial. Seperti yang dikatakan Schram, bahwa media sosial menjadi sarana yang efektif untuk mempropaganda hasil produksi dalam mencari keuntungan secara materi dalam bentuk iklan. (Kuswandi, 1996)

2.2.4 Strategic planner dalam Iklan Komersial Wisata Telogo Sewu

Seorang strategic planner memiliki peranan penting dalam perancangan pembentukan iklan. Strategic planner berperan sebagai penghubung antara tim kreatif dan tim klien. Mereka memastikan bahwa pesan iklan yang disampaikan

sesuai dengan strategi serta visi yang diinginkan oleh klien. Strategic planner bertanggung jawab dalam berbagai tugas, termasuk analisis riset pasar, perancangan strategi untuk menentukan periklanan yang efektif tepat sasaran. Menyusun perencanaan strategis jangka panjang yang meliputi visi, misi, dan sasaran perusahaan, serta merancang peta jalan untuk merealisasikan tujuan strategis (Smith, 2017). Strategic planner berfungsi sebagai penghubung antara kreativitas konsep seni dalam iklan dan tujuan bisnis yang ingin dicapai, sehingga kampanye periklanan mampu menghasilkan iklan yang membangun keterikatan dengan audiens sekaligus meningkatkan tingkat kesadaran (awareness).

Dalam tahap pelaksanaan dan pengawasan, strategic planner bertugas mengoordinasikan penerapan strategi bersama berbagai departemen, memantau serta menilai perkembangan pelaksanaan strategi, sekaligus mengidentifikasi dan menyelesaikan kendala yang dapat menghambat pencapaian tujuan (Smith, 2017). Secara umum, strategic planner dalam advertising berperan aktif pada tahap Pre-Production dan Post-Production, karena tanggung jawab utamanya adalah melakukan riset pasar untuk memetakan posisi suatu brand serta menyusun Competitive Review. Moriarty, Mitchell & Wells (2009, h. 234) menjelaskan tentang peran strategic planner dalam advertising adalah :

1. Proses mengenali permasalahan yang dapat dipecahkan dengan komunikasi pemasaran
2. Menentukan tujuan serta Sasaran (apa yang ingin dicapai)
3. Menentukan dan merancang strategi (bagaimana mencapai tujuan)
4. Mengimplementasikan taktik (aksi untuk menjalankan rencana).
5. Proses tersebut terjadi di dalam kerangka waktu spesifik

Kerangka Berpikir

a. Strategi Perencanaan Konsep Iklan

Tahap awal yang dilakukan adalah merumuskan strategi komunikasi yang berangkat dari permasalahan klien, yaitu kurang optimalnya promosi digital Telogo Sewu yang menyebabkan kurangnya kunjungan wisatawan

luar daerah. Strategic planner melakukan analisis target audiens, tren pasar, perilaku konsumen, serta value dan positioning Telogo Sewu. Hasil analisis ini menjadi dasar brief iklan disusun.

b. Perencanaan

Setelah strategi ditentukan, tahap berikutnya adalah menyusun Brief Iklan yang mencakup tujuan, pemilihan media, penentuan format iklan, serta strategi konten. Perencanaan ini berfungsi sebagai blueprint agar seluruh tim produksi memiliki panduan yang jelas dalam mengimplementasikan iklan.

c. Pra-Produksi

Pada tahap ini dilakukan persiapan teknis dan kreatif, seperti pembuatan storyboard, penulisan naskah, scouting lokasi, serta penentuan talent. Strategic planner memastikan bahwa semua elemen kreatif tetap sejalan dengan brief iklan yang telah disusun.

d. Eksekusi Produksi (Produksi Iklan)

Tahap ini merupakan implementasi nyata berupa proses pengambilan gambar dan produksi materi iklan. Strategic planner dengan copywriter dan art director berkolaborasi untuk memastikan pesan utama tersampaikan melalui visual, audio, dan narasi sesuai strategi yang dirancang.

e. Pengawasan dan Evaluasi

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa strategic planner adalah seorang yang melakukan analisis riset pasar, merancang strategi, mengoordinasikan, dan mengawasi penerapan strategi komunikasi pemasaran, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi, agar iklan yang dibuat sesuai dengan target sasaran. Setelah iklan diproduksi dan ditayangkan di media yang dipilih (Instagram), dilakukan pengawasan terhadap distribusi konten dan performanya. Evaluasi dilakukan dengan mengukur efektivitas iklan berdasarkan engagement, reach, serta respon audiens. Hasil evaluasi ini menjadi bahan perbaikan strategi planner dalam project berikutnya

2.2 Review Karya Sejenis Video Iklan TVC Ancol 2024

Iklan TVC Ancol 2024

Dalam Video diatas yang telah diunggah oleh Ancol Taman Impian pada bulan Mei 2024 mendeskripsikan tentang Ancol Taman Impian yang menciptakan pengalaman berpetualang menjelajahi dunia dengan setiap sudut memori gembira dengan ruang keajaiban di Ancol Taman Impian. Merasakan keindahan di tepi pantai dan mengukir memori pertama kali untuk memacu adrenalin seperti menaiki wahana halilintar serta beragam wahana seru lainnya yang menemani kebosanan dalam aktivitas. Kemudian menciptakan keseruan dalam wahana berselancar di wahana air Dragon Race, di iklan tersebut menggambarkan bagaimana keluarga menikmati kolam arus yang akan membawa kedalam petualangan yang menantang gelombang air di kolam ombak yang dimiliki oleh Ancol Taman Impian. Iklan tersebut membawa penonton ikut merasakan setiap wahana yang ditampilkan dengan keindahan bawah laut yang memberikan kesan edukasi yang menyenangkan dan mengenalkan lebih banyak biota laut dalam yang memberikan pengalaman terbaru bagi penonton.

Dari segi judul iklan tersebut menggambarkan bahwa TVC digunakan untuk mempromosikan iklan komersial, berdurasi 30 detik atau satu menit yang kami jadikan referensi dalam pembuatan iklan dengan melakukan promosi tempat wisata telogo sewu Pandaan lewat media sosial yaitu instagram, iklan tersebut sangat menggambarkan kesan dan warna yang ceria sesuai dengan ekspresi yang mereka sampaikan, dipadukan desain visual yang menarik.

Sinopsis video Youtube iklan TVC Ancol Taman Impian 2024, video tersebut menampilkan keluarga yang harmonis dengan visual yang menarik, serta menceritakan petualangan seru kedunia permainan dengan menciptakan kesan ceria, dan menambahkan sensai menjelajahi dunia fantasi dengan mengukir memori yaitu memperlihatkan wahana seperti halilintar, kolam arus, berjumpa dengan penguin dan melihat keindahan mermaid menari-nari di dalam air. Menjelajahi dunia laut dengan menyapa beraneka ikan unik serta ubur-ubur, di dalam iklan tersebut memberikan edukasi menyenangkan dan mengenalkan beberapa banyak biota laut yang memberikan pengalaman seru dengan

menelusuri dunia baru yang ada di Ancol, Video ini juga menyoroti keluarga yang harmonis. Jadi, sama dengan Tempat wisata Telogo Sewu Pandaan sebagai tempat liburan keluarga.

Video Iklan The Jungle Waterpark Bogor 2022

Video iklan diatas menjadi salah satu contoh referensi iklan yang kami ambil dengan durasi 30 detik. Berjudul “The Jungle Waterpark Bogor - Seruuu” yang diunggah pada 30 Juni 2022. Dimulai dengan menyorot tulisan nama tempat wisata sebagai perkenalan iklan. Dilanjutkan dengan ikut merasakan kesegaran dari air yang tumpah ruah dari sebuah ember yang berisikan penuh air. Sebuah keluarga yang sedang berwisata berlarian dengan keceriaan masing-masing anggota keluarga. Serunya wahana seluncuran yang memacu adrenalin membuat penonton tidak sabar untuk mencoba wahana ini. Tidak lupa dan juga tidak boleh dilewatkan, kolam ombak yang akan menggulung seluruh pengunjung dengan deburannya. Dari rangkuman iklan tersebut, para penonton jadi ikut merasakan keseruan keluarga dan juga para pengunjung yang sedang berlibur dan tertarik untuk menaiki wahana yang ada di The Jungle Waterpark Bogor. Selain kolam renang, terdapat juga bioskop 4D yang dapat dinikmati bersama keluarga.

Iklan The Jungle Waterpark, dalam video tersebut menampilkan keceriaan dan serunya liburan sebuah keluarga bermain di wahana air The Jungle Waterpark. Menghabiskan waktu bersama keluarga dengan berenang dan mencoba seluruh wahana yang ada di The Jungle Waterpark. Iklan tersebut digunakan sebagai iklan dari saluran youtube The Jungle Waterpark. Konsep iklan yang ada, kami jadikan sebagai referensi untuk iklan komersial dari wisata Telogo Sewu. Namun, iklan komersial tersebut akan dipublikasikan di Reels Instagram Telogo Sewu. Terinspirasi dalam pengambilan gambar dengan menggunakan drone untuk menunjukkan seluruh fasilitas dan permainan yang bisa dinikmati oleh para pengunjung wisata Telogo Sewu. Untuk tone iklannya membawa keceriaan sebuah keluarga yang bermain di kolam renang dan aspek visual yang bernuansa colorful, namun dengan pencahayaan yang kurang terang dan saturasi warna yang tinggi sehingga terlihat terlalu mencolok mencolok.

Video Iklan Atlantis Water Adventures Ancol 2018

Video Iklan Atlantis Water Adventures Ancol dirilis pada tahun 2018 juga menjadi salah satu referensi iklan yang akan kami ambil karena berhubungan dengan tema yang akan kami angkat. Berdurasi kurang lebih satu menit menggambarkan kebersamaan dan keseruan keluarga dan juga sekelompok anak muda yang menikmati liburan ke Atlantis Water Adventures Ancol. Iklan dimulai dengan sekelompok anak muda yang datang ke Atlantis Water Adventures Ancol dan sebuah keluarga yang disambut dengan suka cita oleh para pegawai disana. Wahana yang beragam, membuat siapapun tidak sabar untuk mencobanya. Dimulai dengan Crazy Slide, perosotan panjang yang berliku-liku dan lintasan curam, tajam dan kecepatan penuh, para pengunjung harus merasakan tantangannya. Kolam mandi bola yang cocok untuk anak-anak.

