

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Media Televisi merupakan media favorit bagi banyak khalayak untuk simak terutama ketika di pagi hari. Tentu saja dampak televisi lebih besar dari pada media visual yang lainnya karena informasi yang penyiarannya secara langsung maupun tidak langsung dapat di lihat dengan jangkauan luas dan serentak tayang di seluruh rumah.

Jurnalistik Televisi saat ini sudah berbagai macam tayangannya, mulai dari Televisi Swasta, Televisi Nasional, Maupun Jurnalistik Daerah yang merangkum semua kejadian peristiwa di suatu tempat sekaligus menyiarkan ke khalayak umum yang sering disebut dengan Teknik Jurnalistik. Jurnalistik merupakan ketrampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita, sehingga terjadi perubahan sikap dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak jurnalisnya. (suhandang: 2004)

Televisi Daerah juga memiliki kewajiban dalam memberitakan suatu informasi yang terjadi khususnya berita yang ada kaitannya dengan daerah tersebut. Baik itu berupa berita ataupun iklan yang menayangkan informasi, Peristiwa, atau pengumuman dalam suatu tempat kejadian. Dalam teorinya menurut pandangan modern bahwa berita memiliki nilai layak berita jika jika didalamnya memiliki kejelasan (*clarity*) tentang kejadiannya, ada unsur kejutan (*surprise*), ada unsur

kedekatannya (proximity) secara geografis serta ada dampak (impact) dan konflik personalnya. (budyatna:2005)

Pacitan merupakan wilayah yang potensi wisatanya cukup banyak dan bahkan memiliki slogan daerah "*Pacitan kota 1001 Goa*" dan berlabel "*Pacitan Paradise of Java*" di kenal sebagai daerah yang terkenal berbagai potensi wisatanya. Tidak hanya pada Goa-nya saja, pacitan terkenal Dengan potensi wisata Pantai yang beragam, bahkan icon wisata pacitan kini berubah dari Goa mendadi Pantai sejak pacitan memiliki bebrbagai pantai yang esotik sekaligus destinasi utama dalam pengembangan wisatanya. Sebenarnya Pacitan sudah lebih dikenal dengan pantai esotik lainnya seperti Pantai pidakan, Pantai Soge, Pantai Tamperan ataupun Pantai Lainnya yang lebih bagus ketimbang Telengria yang mendominasi keindahan Wisatanya.

Namun media berhasil membangun citra destinasi Utama dengan membingkai wisata Utamanya dengan sarana yang di bungkus rapi oleh media sehingga wisata yang di tuju pertama menjadi Pantai Telengria. Dalam istilah Framing sendiri harus memiliki ciri khas, sehingga suatu berita atau informasi tertentu mendapatkan partisipasi lebih besar dari pada yang lain. (Eriyanto: 2002)

Pariwisata pantai itu tidak akan sukses di pasarkan ke khalayak umum tanpa media yang menyiarkan tempat wisata tersebut. Oleh karena itu, media lokal adalah sarana penting dalam membentuk mainset berita yang dibuat guna mengarahkan destinasi wisatanya ke khalayak bahwa wlayah wisata daerah ini berada di tempat tersebut. Wisata yang ada pada Pantai Telengria di bingkai dengan

fasilitas yang cukup memadai dalam seluruh wilayah wisata tersebut mulai dari sarana penginapan, kolam renang, kafe & restoran, dan lain-lain menjadi alat utama dalam membungkus wisata tersebut menjadi menarik dan wisata tujuan utama di Pacitan

Informasi yang di sajikan oleh Stasiun Televisi jelas hanya menyajikan atau mempublikasikan mengenai sisi positif Wisatanya saja guna menarik Wisatawan Daerah dan juga luar Daerah tertarik mengunjunginya. Bahkan media luar daerah tertarik juga untuk mempromosikan daerahnya sebagai Icon Wisatanya melalui tayangan wisata juga promosi melalui media lainnya. Dalam tayangnya televisi daerah tersebut juga banyak sekali menonjolkan background wisatanya pada siaran awalnya sekaligus membangun citra mainset kota Wisatanya melalui program unggulan maupun iklan mengenai Icon Wisatanya. Untuk pengembangannya sendiri tidak hanya cukup di sarana dan Prasarananya. Bahkan mereka menayangkan juga fasilitas lain yang di sajikan di pantai tersebut seperti Villa di pinggir Pantai, kolam renang, restoran, dan lain-lain. Terlebih lagi media lebih mengutamakan wisata Pantai Telengria sebagai Icon utama wisata yang di promosikan karena memiliki jarak terdekat dengan pusat kota dengan jarak tempuh 10 menit sehingga wisata tersebut cocok untuk wisatawan yang baru mengenal daerah Pacitan sendiri.

Pendekatan dalam membangun citra wisata yang di buat oleh televisi berguna untuk meningkatkan minat pariwisata sekaligus ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut sehingga perekonomian daerah tersebut fokusnya terletak pada Wisata terutama Pantai-pantai di pacitan. Tayangan tersebut

juga meningkatkan keuntungan televisi daerah dalam meningkatkan pendapatan Stasiun Televisi tersebut melalui hak siaran iklan.

Dari sini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang tugas media televisi daerah untuk mempromosika Wisata unggulannya terutama wisata pantai dan fasilitas yang jadi unggulan sebagai destinasi wisata di Pacitan. Untuk itu penulis tertarik untuk mengadakan laporan penelitian yang berjudul tentang **“Analisis Framing Iklan Wisata Pantai Telengria Pacitan Edisi 10 Februari 2017 Di JTV PACITAN”**

B. RUMUSAN MASALAH

Dari studi kasus ini akan di di bahas berbagai macam dampak yang terjadi di masyarakat daerah dalam Fokus seperti berikut :

1. Bagaimana JTV Pacitan dan Pengelola mem-framming icon Wisata Pantai Telengria pacitan melalui Iklan?
2. Bagaimana Isi Penayangan Yang Ada Di dalam Iklan Pantai Telengria Pacitan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Dari Rumusan Masalah ini maka penulis akan men-titik beratkan tujuan penelitiannya dalam Fokus seperti berikut :

Untuk menjelaskan bagaimana tujuan JTV Pacitan dan Pengelola dalam membingkai informasi wisata Pantai Telengria sebagai Icon wisata pantai dengan megiklankan Pantai Telengria sebagai Destinasi Utama di pacitan .

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat teoritik

Dari hasil laporan penelitian ini diharapkan dapat mengetahui korelasi antara berita/iklan dan penonton terhadap terbentuknya macam-macam Opini mengenai Iklan Wisata Pantai Telengria Pacitan di Televisi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Sebagai laporan penelitian dalam menganalisis suatu bentuk Opini masyarakat yang tercipta di media mengenai wisata sehingga mahasiswa memiliki kerangka berfikir untuk membuat suatu penelitian yang berhubungan tentang Analisis Framing bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

b. Bagi Universitas

Sebagai bahan referensi dan tambahan literature kepustakaan, khususnya untuk jenis laporan yang membahas mengenai terbentuknya Opini Publik terhadap Wisata Pacitan dan metode promosi pariwisata yang ada di wiayah Pacitan Khususnya Wisata Pantai Telengria .

c. Bagi Pihak Lain

Hasil laporan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai sumber informasi, menambah pengetahuan ilmiah yang berhubungan dengan Pariwisata Pacitan dalam promosi dan membentuk Opini Publik melalui Media lokal di Pacitan. Sehingga pengelola Pariwisata lainnya Khususnya Wilayah Pacitan Sendiri dapat memakai penelitian ini untuk kepentingan pengembangan promosi Pariwisata guna untuk meningkatkan minat pengunjung untuk mengunjungi Wisata selain Pantai Telengria yang masih belum banyak di promosikan oleh media massa Daerah khususnya media Televisi Daerah.