

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan hotel di Yogyakarta saat ini sudah sangat pesat seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Hampir dalam kurun waktu satu tahun selalu ada hotel baru yang didirikan, mulai dari hotel *express* sampai hotel yang mempunyai fasilitas lengkap seperti sebuah resorts, seperti kolam renang, spa, fitness center, rate kamar mulai deluxe hingga president suite.

Sehingga terjadi persaingan yang kuat antara satu hotel dengan hotel yang lain untuk mendapatkan *customer*. Salah satu usaha yang dilakukan hotel - hotel tersebut untuk hanya sebatas memasang iklan spanduk di sepanjang jalan utama dari kota Yogyakarta.

Dengan adanya latar belakang diatas, mendorong penulis untuk merancang sebuah iklan Merapi Merbabu Hotels & Resorts sebagai media informasi dan promosi. Iklan Merapi Merbabu Hotel & Resorts ini yang menjadi inti dari pembuatan skripsi berjudul, ***“Perancangan Iklan Merapi Merbabu Hotels & Resorts sebagai Media Informasi dan Promosi”***.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Bagaimana merancang dan membuat iklan Merapi Merbabu Hotels & Resorts sebagai media informasi dan promosi ?

## **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penyusunan skripsi ini, agar terfokus pada tema dan untuk memudahkan dalam penyelesaian penulisan nantinya maka laporan ini dibatasi pada beberapa hal berikut ini :

1. Fokus pembahasan hanya pada bagaimana iklan Merapi Merbabu Hotels & Resort dapat menjadi media informasi dan promosi.
2. Iklan berdurasi 60 detik.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata I Sistem Informasi pada STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Memperkenalkan Merapi Merbabu Hotels & Resorts Yogyakarta kepada masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya agar masyarakat dapat memberikan informasi kepada orang yang akan mengunjungi Yogyakarta.

## 1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, dengan diadakan penelitian tersebut maka dapat menambah dan memperdalam pengetahuan apa yang diperoleh selama kuliah, khususnya pengetahuan pada bidang multimedia, disamping itu pula menjadi syarat yang utama dalam menyelesaikan program Strata-1 Sistem Informasi STMIK "AMIKOM YOGYAKARTA".
2. Bagi kalangan pembaca, diharapkan dapat memberikan pengetahuan khususnya dalam bidang pembuatan iklan.
3. Bagi perusahaan, iklan tersebut dapat menjadi sarana promosi.

## 1.6 Metode Penelitian

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Dalam pembuatan skripsi ini penyusun menerapkan pengambilan data sebagai berikut :

### 1. Interview

Interview merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan responden, dalam hal ini pihak Merapi Merbabu Hotels & Resorts.

### 2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan serta pencatatan langsung terhadap obyek.

### 3. Metode Kepustakaan

Merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau konsep-konsep teoritis menggunakan buku sebagai bahan referensi.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar penyusun skripsi ini lebih terarah pada permasalahan dan pembuatan keteraturan dalam penulisan maupun penyusunan, yang diuraikan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan teori tentang pengertian iklan, video.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang pembuatan iklan, meliputi, idea dan konsep

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang proses perancangan dan hasil perancangan iklan .

#### **BAB V PENUTUPAN**

Bab ini berisi kesimpulan serta saran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**