

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan pada hasil pengamatan di lapangan sistem promosi yang di gunakan Jayakarta hotel and Spa masih menggunakan media promosi cetak atau brosur, dengan banyaknya pesaing di bidang perhotelan di Yogyakarta tentu saja media promosi cetak kurang efektif sebagai media promosi.

The Jaayakarta Hotel adn Spa Yogyakarta adalah hotel bintang 4 yang memiliki pelayanan yang ramah dan memiliki beragam fasilitas yang istimewa untuk kalangan menengah ke atas yang bertempat di Jalan Laksda Adisucipto Km. 8 Daerah Istimewa Yogyakarta

Dengan banyaknya pesaing di bidang perhotelan promosi adalah hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah bisnis, salah satu media promosi yang paling efektif adalah periklanan televisi.

Dengan menggunakan media promosi periklanan televisi diharapkan The Jaayakarta Hotel and Spa Yogyakarta mampu menarik minat para wisatawan dari luar kota Yogyakarta dan mampu bersaing dengan hotel-hotel yang ada di Yogyakarta. Berdasarkan hal di atas penulis tertarik untuk membantu The Jaayakarta Hotel adn Spa Yogyakarta membuat iklan televisi dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsii yang berjudul : "PEMBUATAN DAN PERANCANGAN IKLAN TELEVISI THE JAYAKARTA HOTEL AND SPA YOGYAKARTA"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat di buat sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat iklan TV Jayakarta Hotel and Spa Yogyakarta

1.2.1 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini penulis menentukan batasan masalah dengan ruang lingkup yang lebih kecil yaitu:

1. Pembuatan iklan ini di tujukan untuk memaksimalkan media promosi The Jaayakarta Hotel and Spa Yogyakarta.
2. Iklan akan di tayangkan melalui stasiun televisi.
3. Proses perekaman dan pengambilan gambar menggunakan kamera DLSR.
4. Biaya pembuatan iklan.
5. Waktu pembuatan iklan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini secara garis besar adalah sebagai berikut :

1. Mengenalkan perusahaan ke masyarakat luas melalui media promosi berupa iklan televisi.
2. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan aplikasi nyata dengan harapan ilmu yang dipelajari bermanfaat dan dapat diterapkan didalam dunia nyata.
3. Menerapkan teknik-teknik pengeditan video yang telah di kuasai

4. Memenuhi persyaratan jenjang Strata-1 STIMIK AMIKOM.

1.4 Metode Penelitian

untuk mendapatkan informasi dan data yang di perlukan penulis dalam penelitian ini di gunakan metode sebagai berikut :

1.4.1 Metode pengumpulan data

1. Metode literatur

Metode ini di gunakan untuk mengumpulkan data di internet,jurnal,skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

2. Metode observasi

Metode ini di gunakan untuk mengumpulkan data dengan cara langsung terjun ke The Jaayakarta Hotel and Spa Yogyakarta untuk mengamati dan menentukan point-point yang dijadikan pembuatan iklan.

3. Metode wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mewawancarai pihak terkait secara langsung yang menjadi sumber informasi dalam mendapatkan data dan informasi tentang The Jaayakarta Hotel and Spa Yogyakarta.

1.4.2 Metode Analisis Data

Menganalisis bagaimana membuat iklan televisi yang berkualitas dan menarik sehingga masyarakat atau wisatawan dapat dengan mudah mengetahui secara detail fasilitas dan alamat The Jaayakarta Hotel and Spa Yogyakarta.

1.5 Sistematika penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, dasar-dasar editing video, dasar-dasar efek visual film dan software yang di gunakan dalam proses editing video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan mengenai sejarah, perancangan iklan yang di buat , gambaran umum tentang iklan, juga membahas tentang kebutuhan apasaja yang di perlukan dalam membuat sebuah iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan,tahap analisi , implementasi, desain, dan hasil implementasinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang membangun dari seluruh bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan iklan serta kelemahan iklan yang di buat yang di buat.

DAFTAR PUSTAKA

