

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Periklanan merupakan salah satu kegiatan promosi yang banyak dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan diferensiasi produknya kepada konsumen melalui suatu media. Komunikasi ini dilakukan agar konsumen menyadari dan mengetahui keunikan dan keunggulan produk sehingga produk menempati posisi yang berarti dan berbeda di benak konsumen. Iklan dapat mengkomunikasikan produknya melalui beberapa media, yaitu : majalah, tabloid, radio, surat kabar, spanduk, selebaran dan televisi.

LPP Hotel Group mempunyai iklan yang masih menggunakan brosur dan media sosial tetapi belum mempunyai iklan yang berbasis video, oleh karena itu peneliti akan membuat iklan berbasis video yang menggunakan teknik *motion graphic* dan *liveshoot*.

Konsep ramah dan hijau digunakan untuk merujuk layanan yang disediakan oleh LPP Hotel Group untuk menunjukkan keunggulan Hotel untuk para tamu dan merasa di rumah. LPP HOTEL GROUP menyediakan friendly hotel untuk para tamu, masyarakat, lingkungan fisik dan sosial. LPP Hotel Group terletak di tempat yang strategis Yogyakarta. Kota dengan semua *friendlines*.

budaya, dan keunikan. LPP Hotel Group tidak hanya perhotelan yang ramah tetapi juga Go Green sebagai suasana yang berbeda ke dalamnya.

Dari konsep hotel LPP Group peneliti akan membuat iklan berbasis video dengan menggabungkan konsep Hotel itu sendiri dengan konsep iklan dengan teknik *liveshoot* dan *motion graphic*.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Latar belakang masalah diatas, dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu Bagaimana membuat iklan televisi Hotel LPP Group dengan *liveshoot* dan *motion graphic*?

### **1.3 Batasan Masalah**

Pembuatan iklan televisi Hotel LPP GROUP ini, peneliti memberi batasan dengan jelas pada tiap prosesnya, yaitu:

1. Ruang lingkup penelitian di Hotel LPP Group yang berlokasi di Jalan Demangan Baru No.8, & Jalan Perumnas No.1 (Jl. Laksda Adisucipto Km6)Yogyakarta.
2. Iklan ini hanya akan menampilkan informasi yang berhubungan dengan keberadaan Hotel LPP Group yang meliputi lokasi, fasilitas yang ada dengan menggunakan teknik *liveshoot* dan *motion graphic*.
3. Tidak membahas marketing pemasaran.

4. Pembuatan iklan ini menggunakan software video editing Adobe Photoshop CS5, Adobe After Effect CS6, Adobe Audition CS6, Adobe Premiere Pro CS6, CINEMA 4D R14.
5. Proses perekaman atau pengambilan gambar akan memakai kamera DSLR tipe Canon EOS 550+ FIX100mm f 2,8 dan menggunakan teknik *Liveshoot*
6. Durasi video 1 menit.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Membuat perancangan iklan televisi dengan menggabungkan *liveshoot* dan *motion graphic* sehingga menjadi iklan Hotel Lpp Group di Yogyakarta.
2. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan Strata 1 pada STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
3. Dapat mengembangkan teori-teori yang telah di dapat selama mengikuti perkuliahan di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti mengembangkan ilmu yang diperoleh selama masa study sehingga peneliti tidak hanya menguasai secara teori namun juga bisa mengaplikasikan dalam dunia nyata.

2. Bagi Hotel LPP group, video iklan yang telah selesai dibuat sebagai media promosi, yang dapat membantu dalam publikasi kepada masyarakat.
3. Bagi animator bisa menjadi bahan referensi dalam bidang Multimedia, khususnya pembuatan iklan dengan teknik *liveshoot* dan *motion graphic*.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1. Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Metode Observasi**

Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung yaitu mengambil data dari LPP Hotel Group Yogyakarta dan Survei pada objek penelitiannya, partisipasi dan melakukan wawancara dengan pihak LPP Hotel Group Yogyakarta. Diluar penelitian adalah penelitian arsip dan studi pustaka.

#### **b. Metode Interview**

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak Hotel Lpp Group yang berguna untuk mengetahui sejauh mana permasalahan yang ada di objek penelitian .

#### **c. Metode Kepustakaan**

Media informasi melalui buku-buku, internet dan dipelajari sehubungan dengan masalah yang dihadapi.

### **2. Metode Analisis (Metode Pengolahan Data)**

Metode pengolahan data yang dipakai pada “Lpp Hotel Group “ ini lebih tepatnya menggunakan analisis SWOT , SWOT merupakan singkatan dari Strength (S), Weakness (W), Opportunities (O), dan Threats (T) yang artinya kekuatan,kelemahan,peluang dan ancaman kendala, dimana yang secara sistematis dapat membantu mengidentifikasi factor luar (O , T) dan factor didalam (S, W).

### **3. Metode Perancangan**

Perancangan iklan ini diutamakan tampilan dengan tema Hotel itu sendiri dan dengan kombinasi *motion graphic* yang akan menjelaskan gambar-gambar yang ditampilkan dan tentunya merancang storyboard digunakan untuk mempermudah dalam merancang iklan, perancangan itu sendiri meliputi perancangan Storyboard, Shooting, Mengedit video, Merender.

### **4. Metode Pengembangan**

Pembuatan iklan televisi Hotel Lpp Group ini, penulis memiliki beberapa tahapan pengembangan yaitu :

1. Produksi, meliputi analisa data, storyboard ,pengambilan suara ,ilustrasi music editing animasi dan finishing.
2. Pasca produksi meliputi revisi ,mastering dan packing.

### **5. Metode Implementasi**

Tahap implementasi yang dilakukan meliputi editing video, render dan desain tampilan Video.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini penulis susun dengan format sebagai berikut :

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan tentang : latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan dan tahapan pelaksanaan kegiatan.

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

Bab ini merupakan tinjauan pustaka yang menguraikan teori-teori mengenai dunia periklanan televisi serta perangkat lunak yang digunakan dalam proses pembuatan iklan.

### **BAB III : PERANCANGAN**

Bab ini menguraikan mengenai tinjauan umum dari objek, dan perancangan iklan (tahap paska produksi).

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

Bab ini menguraikan tahap produksi, tahap paska produksi, dan pembahasan mengenai iklan yang telah dibuat.

#### **BAB V : PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang dapat diberikan dari laporan tugas akhir ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

