

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Motion Graphic adalah percabangan dari Seni Desain Graphic yang merupakan penggabungan dari, Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan teknik Animasi. Motion Graphic terdiri dari dua kata, Motion yang berarti Gerak dan Graphic atau yang sering kita kenal dengan istilah Grafis. Dari asal muasal pengertian dua kata tersebut, bisa dikatakan bahwa Motion Graphic, juga dapat disebut dengan istilah Grafis Gerak.

Grand Serela Hotel Yogyakarta didirikan pada tahun 2016 berlokasi di Jl. Magelang KM.4 No.145, Rogoyudan, Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta. Hotel ini menjual 78 kamar yang dibagi menjadi dua type yaitu Superior dan Deluxe. Saat ini Grand Serela Hotel Yogyakarta melakukan iklan melalui media sosial dan online travel agent. Media sosial yang digunakan Grand Serela Hotel Yogyakarta untuk iklan adalah Instagram dengan memposting foto dan poster, sedangkan Online Travel Agent yang digunakan adalah Traveloka, Agoda, Pegipegi, dan lain-lain.

Dari semua media iklan tersebut sudah mencukupi, akan tetapi belum bisa menggambarkan visual grafis mulai dari fasilitas hotel, perbedaan type kamar, cara booking, rencana pembangunan dan lain-lain. Maka dari itu penulis berpendapat untuk merancang dan membuat video iklan. Diharapkan dari video iklan tersebut mencakup visual, animasi, dan suara yang dapat menjelaskan unsur-

unsur tersebut dan keunikan lain dari Hotel yang tidak bisa dijelaskan dengan foto atau poster.

Dari permasalahan diatas penulis melihat peluang untuk menciptakan suatu media iklan pada Grand Serela Hotel Yogyakarta melalui sebuah video dengan menerapkan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*. Teknik *Live Shoot* digunakan untuk menampilkan suasana asli, tempat, serta fasilitas-fasilitas yang ada disana. Sedangkan teknik *Motion Graphic* untuk menampilkan keunggulan Hotel ini seperti perbedaan ukuran pada type kamar dan rencana pembangunan yang tidak memungkinkan jika dilakukan dengan *live shoot* dan nantinya video iklan tersebut akan dipublikasikan di akun Instagram pihak Grand Serela Hotel Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “*Bagaimana merancang dan membuat video iklan Grand Serela Yogyakarta dengan penggabungan teknik live shoot dan motion graphic?*”.

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Penelitian ini dilakukan di Grand Serela Hotel Yogyakarta dengan membuat iklan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*.

2. Media iklan Grand Serela Hotel Yogyakarta hanya akan diterapkan pada media online terutama Instagram.
3. Target durasi iklan 180 detik dengan format video mp4.
4. Target materi pengujian adalah faktor dan kecakapan informasi yang ditampilkan.
5. Pembuatan video iklan ini hanya sampai tahap uji coba kepada pihak Grand Serela Hotel Yogyakarta satu kali oleh pihak peneliti.
6. Hasil video iklan akan diserahkan kepada pihak Grand Serela Hotel Yogyakarta dan dikelola sendiri oleh pihak Grand Serela Hotel Yogyakarta.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan jenjang strata I di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Membantu Grand Serela Hotel Yogyakarta dalam membuat iklan yang informatif untuk meningkatkan penjualan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

1. Sebagai wadah untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Mengembangkan dan menambah pengalaman tentang perancangan teknik *live shoot* dan *motion graphic* menjadi sebuah iklan.

1.5.2 Bagi Grand Serela Hotel Yogyakarta

1. Sebagai salah satu media iklan Grand Serela Hotel Yogyakarta.
2. Media yang dapat digunakan untuk membantu marketing dalam pemasaran Grand Serela Hotel Yogyakarta.

1.5.3 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

1. Untuk menambah wawasan tentang penerapan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Sebagai sumber referensi bagi peneliti yang akan meneliti tentang perancangan dan pembuatan video iklan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Agar dalam menyusun skripsi berhasil dengan baik diperlukan suatu metode penelitian yang sesuai dengan permasalahan. Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain :

1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke Grand Serela Hotel Yogyakarta oleh penulis untuk mengetahui materi apa yang akan disampaikan.

2. Metode Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung kepada pihak Grand Serela Hotel Yogyakarta, bertujuan untuk mengetahui permasalahan apa yang ada di hotel.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka yaitu metode pengumpulan data dengan mencari informasi yang dibutuhkan melalui buku atau fasilitas internet yang memberikan informasi akurat. Selain buku cetak yang dapat dijadikan referensi, adapula buku elektronik (e-book) yang dapat dijadikan referensi dalam metode studi pustaka.

1.6.2 Metode Analisis

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor *internal* (dalam) dan faktor *eksternal* (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*.

1.6.3 Metode Perancangan

Perancangan video iklan dapat menggunakan produksi yang didalamnya terdapat beberapa langkah seperti :

1. Pra-produksi (Ide cerita, Tema, Rancangan Storyboard).
2. Produksi.
3. Pasca Produksi.

1.6.4 Testng

Metode testing yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data yang kemudia akan dianalisis untuk mengetahui tingkat efektivitas video sebelum dan sesudah dipublikasikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penyelesaian dari penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tinjauan pustaka dan teori yang digunakan sebagai landasan untuk penelitian, yaitu teori dasar multimedia yang berhubungan dengan pembuatan video iklan dan langkah langkah dalam pembuatan video iklan.

BAB III ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM

Bab ini membahas gambaran dari Grand Serela Hotel Yogyakarta, serta analisis kebutuhan, dan pra produksi, dalam hal ini meliputi ide cerita, tema cerita, *storyboard*.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini penulisan skripsi berisikan proses pembuatan iklan dari hasil analisis yang telah dibahas, yaitu tahap produksi dan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan dan menguraikan tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan pada BAB I, II, III, dan IV yang berupa kesimpulan dan saran sebagai jawaban dan bahan penyempurnaan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka ini berisi tentang sumber-sumber yang penulis gunakan sebagai acuan untuk menyelesaikan skripsi ini, baik berupa literature dari internet, buku panduan, jurnal atau media lainnya.

