

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

D'Kaliurang merupakan tempat penginapan yang berlokasi di Jl. Boyong Kaliurang Barat, Bojong, Hargobinangun, Kec. Pakem, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55582. D'Kaliurang termasuk salah satu hotel terbaru yang dinaungi oleh Hestia Connecting Hotel. Beberapa hotel lain yang dibawah Hestia Connecting Hotel yakni D'Senopati Malioboro dan D'Salvatore Art & Boutique. D'Kaliurang Resort & Convention terbilang sudah baik dan dikenal luas oleh masyarakat akan salah satu spotnya yang sempat *viral*, yakni *glamping*.

D'Kaliurang Resort & Convention berniat ingin meningkatkan penjualan kamar dari wisatawan yang menginap, serta ingin memaksimalkan promosinya. Saat ini D'Kaliurang Resort & Convention telah mengupayakan melakukan promosi melalui media sosial. Media sosial yang digunakan D'Kaliurang untuk promosi adalah instagram, dengan memposting promo harga kamar dan fasilitas lain yang masih berupa foto, *repost review instagram story* dari akun instagram pelanggan yang menandai akun D'Kaliurang, serta membuat video *Instagram Story* tanpa disertai *dubbing* dan efek *motion graphic*. Semakin berjalannya waktu, instagram mempunyai fitur-fitur baru seperti adanya fitur *Reels* yang menyerupai tampilan Tiktok yang bisa ditonton oleh *non followers* dan berkesempatan masuk ke *FYP Instagram*. D'Kaliurang berencana ingin mempromosikan dan membuat sebuah video iklan yang akan ditampilkan melalui fitur *Reels*, namun saat ini D'Kaliurang belum mempunyai video iklan dalam berbentuk portrait dengan rasio 9:16 dan resolusi 1080 x 1920 px. Fitur *Reels* memberikan beberapa manfaat bagi pelaku bisnis, seperti : berbeda dengan *instagram story* atau *feed* yang hanya bisa menjangkau *followers* saja, dengan adanya *Reels* bisa membantu menaikkan *Engagement Rate* yang bisa ditonton oleh *non followers* dan berkesempatan masuk ke *FYP Instagram* sehingga berkesempatan dikenal lebih banyak menggaet banyak konsumen, serta bisa berkolaborasi antar *content creator*.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dibutuhkan sebuah video iklan berbentuk *Reels* dengan rasio 9:16 dan resolusi 1080 x 1920 px untuk dapat menjangkau lebih banyak *non*

followers, juga dengan bantuan kolaborasi melalui akun *content creator* seperti akun instagram @jogja24jam yang memiliki banyak *followers*, agar jangkauan promosinya lebih maksimal.

Dalam membuat video iklan, penulis menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Penulis mengharapkan adanya media promosi video iklan berbentuk *Reels* dengan rasio 9:16 dan resolusi 1080 x 1920 px ini bisa lebih memberikan tampilan baru khususnya kepada objek penelitian agar bisa ber-promosi mengikuti perkembangan jaman dengan adanya fitur-fitur baru dari pengembang aplikasi, serta dengan disisipkannya teknik *live shoot* dan *motion graphic* dapat semakin menarik perhatian calon pelanggan. Oleh sebab itu penulis mengajukan skripsi dengan judul "Perancangan dan pembuatan video iklan D'Kaliurang Resort & Convention dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan dapat dirumuskan permasalahan yaitu : "*Bagaimana membuat video iklan dengan teknik live shoot dan motion graphic pada D'Kaliurang Resort & Convention sebagai media promosi pada Instagram?*".

1.3 Batasan Masalah

Agar penyusunan "Perancangan dan pembuatan video iklan D'Kaliurang Resort & Convention dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*" dapat terarah dengan benar, maka diperlukan batasan masalah sebagai berikut :

1. Pembuatan video iklan ini menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Durasi video iklan ini adalah 2 menit karena jika durasi terlalu panjang membuat orang mudah bosan menontonnya.
3. Video iklan dibuat dengan format MP4, rasio 9:16, dan resolusi 1080x1920 (portrait).
4. Pembuatan animasi ini menggunakan software After Effect, Adobe Premiere Pro.
5. Hasil akhir video iklan akan diunggah pada media sosial Youtube dan Instagram @jogja24jam, @dkaliurangresortyk, dan @david_ardianto.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dari penelitian ini :

1. Membuat video iklan untuk digunakan sebagai sarana promosi D'Kaliurang Resort & Convention pada Instagram dengan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi D'Kaliurang Resort & Convention

1. Dapat membantu dalam penyampaian pesan promosi kepada calon pemesan.
2. Dapat mengenalkan D'Kaliurang Resort & Convention ke masyarakat luas melalui promosi melalui video iklan.

1.5.3 Bagi Penulis

1. Dapat memahami proses dalam pembuatan video iklan yang merupakan hasil dari mata kuliah konsentrasi selama masa kuliah.
2. Dapat memahami ilmu yang didapat pada masa kuliah praktikum maupun teori dan mengimplementasikan hasil dari study di Universitas Amikom Yogyakarta pada prodi Strata 1 Informatika.

1.6 Metode Penelitian

Sebagai penunjang keakuratan, maka dapat dilakukan beberapa metode penelitian :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini menggunakan metode :

a. Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat secara langsung objek penelitian.

b. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara melalui tanya jawab langsung mengenai perusahaan untuk mendapatkan ide dan informasi yang lebih detail.

c. Studi Literatur

Metode pengumpulan data dengan menggunakan literatur yang bisa dipakai seperti internet, membaca buku – buku pustaka yang merupakan penunjang memperoleh data guna melengkapi dalam penyusunan laporan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

1.6.2 Metode Analisis

Penulis mengadakan pemeriksaan analisis kelayakan sebagai penentu kemungkinan apakah pengembangan proyek video iklan layak untuk diteruskan atau dihentikan dengan parameter analisis kelayakan operasional, teknis, dan jadwal. Selain itu penulis juga menggunakan analisis kebutuhan sistem yang terdiri dari kebutuhan fungsional dan non-fungsional.

1.6.3 Metode Perancangan / Produksi

Dalam metode perancangan melalui beberapa tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pra produksi dalam persiapan pembuatan animasi, antara lain : ide cerita, naskah, objek ilustrasi, storyboard, dubbing awal, dan sound. Produksi merupakan tahapan kegiatan selama pembuatan video iklan, antara lain : syuting, proses dalam pengambilan gambar, pembuatan design grafis, music dan animasi. Pasca Produksi mencakup semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah animasi telah diproduksi, meliputi : composite, editing, rendering, dan pemindahan video di berbagai media lain.

1.6.4. Evaluasi

Meliputi pengujian tentang kesesuaian dalam menerapkan teknik live shot dan motion graphic terhadap video iklan yang akan dibuat. Pengujian melibatkan responden di bidang multimedia, sebagai contoh : praktisi multimedia, mahasiswa freelancer, fotografer, dan konten kreator. Hasil dari testing berupa kuesioner, diharapkan dapat lebih menjamin kesesuaian informasi yang dibagikan melalui video iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini bisa terarah dan mudah dimengerti dalam penyajian laporan penulisan, dapat menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I dijelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab II menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, teori tahapan pembuatan, serta teknik yang digunakan dalam pembuatan video iklan.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab III menjelaskan tentang analisis yang digunakan, naskah, ide cerita, dan storyboard pada pembuatan video iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV menjelaskan tentang hasil dan proses pembuatan video iklan dengan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*. Mulai dari proses produksi (pemilihan lokasi, mempersiapkan alat-alat shooting, properti, dan pengambilan gambar), pasca produksi (*editing, compositing, rendering*), dan tahap pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada Bab V merupakan penutup dari penyusunan penelitian yang didalamnya berisi kesimpulan dan saran.