

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam pembuatan video iklan suatu badan usaha karena dapat mempresentasikan visi dan misi badan usaha atau yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu video iklan juga dapat digunakan sebagai marketing tool yang efektif dan komunikatif untuk sarana mengenalkan usaha disuatu tempat, karena video iklan terdapat unsur visual seperti, audio, video, animasi, gambar, dan text. Berbeda dengan media cetak yang memiliki keterbatasan dalam menyampaikan informasi berupa video, animasi, dan audio.

The Atrium Hotel And Resort merupakan hotel bintang 4 yang terletak di Jl. Kb. Agung No.20, Mlati Dukuh, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hotel yang terletak pusat kota Yogyakarta, The Atrium Hotel And Resort dekat dengan Bandara Adi Sucipto, Sleman city hall, Sindu Kusuma Edu Park, Musium Jogja Kembali, Jogja City Mall, Malioboro, dan Merapi. The Atrium Hotel And Resort memiliki fasilitas *suite room, suite living, deluxe king room, swimming pool, restaurant, and bar*. The Atrium Hotel And Resort juga menyediakan Fasilitas MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) yang dirancang dengan berbagai tipe kapasitas. Saat ini The Atrium Hotel And Resort melakukan iklan dan promosi melalui website dan media sosial hanya berupa poster. Oleh sebab itu Hotel harus didukung dengan iklan dan

promosi yang menarik agar meningkatkan minat konsumen yang akan menginap di hotel tersebut.

*Motion Graphics* merupakan penggabungan dari Seni Desain Graphics, Ilustrasi, Tipografi, Fotografi dan Videografi dengan menggunakan teknik Animasi untuk menyampaikan suatu pesan dan tujuan tertentu yang tidak bisa dilakukan oleh *liveshoot*. Penggunaan *motion graphic* ini sendiri dilakukan pada saat menunjukan *type* kamar dengan fasilitas *private garage*, dan informasi mengenai *meeting room type*. Selain *motion graphic* penggunaan *live shoot* juga sangat diperlukan untuk menunjukan berbagai macam tipe-tipe kamar dan fasilitas yang ada di The Atrium Hotel And Resort.

Berdasarkan masalah yang ada maka penulis akan membuat video promosi dengan menggabungkan teknik *motion graphic* dan *live shoot* dalam pembuatan video promosi pada The Atrium Hotel And Resort. Dikarenakan video promosi mempunyai jangkauan yang luas dan banyak memberikan informasi yang ada pada video tersebut untuk diketahui oleh masyarakat, maka penulis membuat skripsi berjudul **"Penerapan Motion Graphic and Live Shoot Sebagai Media Promosi The Atrium Hotel And Resort"**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan yaitu *"Bagaimana Merancang dan membuat video iklan The Atrium Hotel And Resort dengan menerapkan teknik LiveShoot dan motion Graphic?"*

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, maka diperlukan batasan-batasan masalah, sebagai berikut:

1. Iklan The Atrium Hotel and Resort dibuat dengan durasi 120 detik.
2. Teknik yang digunakan untuk pembuatan iklan adalah teknik Liveshoot dan motion Graphic.
3. Perancangan dan pembuatan untuk iklan The Atrium Hotel and Resort untuk keperluan media sosial.
4. Hasil akhir dari video media promosi ini akan di uji dari segi informasi dan multimedia oleh masyarakat umum.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai media promosi oleh pihak The Atrium Hotel and Resort.
2. Mengimplementasikan Motion Grapic dan teknik Liveshoot pada video iklan The Atrium Hotel and Resort.
3. Untuk member informasi tentang Hotel dan suasana yang ada di The Atrium Hotel and Resort secara visual melalui video iklan.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Membuka wawasan pengetahuan baru sesuai bidang multimedia dengan membuat iklan.

2. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana computer pada jurusan Sistem Informasi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
3. Membantu mempublikasi serta memberi informasi menarik untuk konsumen berkunjung ke The Atrium Hotel and Resort.

## 1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut:

### 1.6.1 Pengumpulan Data

#### 1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan video profile yang menggunakan teknik live shoot dan motion graphic baik dalam negeri maupun luar negeri untuk jadi referensi.

#### 2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak staff marketing The Atrium Hotel and Resort untuk mendapatkan data data yang dibutuhkan dalam penelitian.

#### 3. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku maupun pencarian data melalui internet yang sumbernya terpercaya dan valid untuk dapat dijadikan pedoman atau bahan tambahan.

#### 4. Metode Analisis

Analisis SWOT merupakan salah satu metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan factor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar)

##### 1.6.2 Metode Perancangan

Pada tahap ini penulis menjabarkan secara rinci yang dilakukan bagaimana video iklan ini dibuat. Tahap ini biasanya menggunakan Storyboard untuk menggambarkan deskripsi tiap scene dengan mencantumkan semua objek dan tautan ke scene lain.

1. Pra Produksi, meliputi pembuatan konsep video dan pembuatan storyboard.
2. Produksi, meliputi pengambilan gambar pada objek dan pembuatan motion graphic.
3. Pasca Produksi, meliputi proses Editing, Color Grading, Rendering.

##### 1.7 Sistemika Penulisan

Agar penyajian ini terstruktur dan mudah di mengerti maka dibuat sistemka penulisan bedasrakan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menunjukkan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, konsep dasar, tahapan pembuatan, dan perangkat lunak yang digunakan.

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

Bab ini berisikan tentang perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas apa saja yang diperlukan untuk membuat iklan.

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini akan diuraikan lebih rinci tentang implementasi dan perancangan dan hasil perancangan video iklan The Atrium Hotel and Resort.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini penulis akan menerapkan tentang kesimpulan dan saran sebagai bahan evaluasi penulis.