

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan memiliki peran yang cukup penting bagi sebuah perusahaan atau instansi karena dapat mempresentasikan produk perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen dengan lebih deskriptif. Selain itu, iklan juga bermanfaat sebagai sarana penawaran produk ataupun cara kerjanya secara detail. Video iklan merupakan marketing tool yang efektif karena mengandung kelima unsur multimedia yaitu teks, gambar, audio, video dan animasi. Penggabungan antara unsur-unsur multimedia itu pun telah banyak digunakan seperti penggabungan teknik live shoot dan motion graphic, dimana kedua teknik tersebut saling mengisi dalam menampilkan informasi. Teknik live shoot untuk menampilkan sesuatu yang bersifat nyata sedangkan teknik motion graphic menggambarkan sesuatu yang bersifat ilustrasi atau imajinatif.

The Journey Hotel Yogyakarta adalah salah satu hotel yang berada di kota Yogyakarta yang terletak di jalan Sorosutan No.2e, Sorosutan, Umbulharjo, Yogyakarta. The Journey Hotel dibuka pada Desember 2017, merupakan hotel berkonsep dengan biaya yang murah dan juga cukup strategis.

Era milenial saat ini proses promosi dan penyebaran informasi pada The Journey Hotel Yogyakarta melalui media sosial berupa instagram dan lain sejenisnya. Menurut general manager Sutrisno saat wawancara pada Juni 2018, menyampaikan The Journey Hotel Yogyakarta mengalami permasalahan

penyampaian informasi mengenai hotel belum lengkap. Dengan harapan penerapan multimedia interaktif yang mempunyai banyak unsur seperti teks, grafik, gambar, audio, video dan animasi didalamnya, dapat memberikan informasi lebih banyak dan proses penyampaian informasi dapat dipahami dengan mudah, membuat para tamu The Journey Hotel Yogyakarta bisa mendapat informasi yang disampaikan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengusulkan pembuatan video profil dalam mendukung penyajian promosi dan informasi dengan menggunakan teknik Live Shoot dan Motion Graphic. Maka dari itu penulis mengambil judul "Pembuatan Iklan The Journey Hotel Yogyakarta Sebagai Media Promosi Menggunakan Teknik Live Shoot dan Motion Graphic".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yakni, "*Bagaimana membuat Iklan pada The Journey Hotel Yogyakarta dengan Teknik Live shoot dan Motion Graphics?*".

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan, yaitu :

1. Materi video iklan ini beris tentang informasi yang mendukung promosi.
2. Target durasi 56 detik.
3. Target penayangan pada media online seperti Instagram.
4. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah faktor informasi dan kelayakan video.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Membuat video iklan sesuai dengan kebutuhan objek agar dapat dijadikan media promosi.
2. Membantu The Journey Hotel Yogyakarta agar dapat dikenal masyarakat.

1.5 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1.5.1.1 Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan terhadap video-video iklan menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* baik buatan Indonesia maupun luar negeri untuk referensi.

1.5.1.2 Metode Wawancara

Wawancara dengan pihak The Journey Hotel Yogyakarta untuk mendapatkan data – data yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.5.2 Metode Analisis

1. Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan yang berhubungan.

langsung penelitian ini.

2. Kebutuhan Non-Fungsional

Kebutuhan non-fungsional bertujuan untuk mengetahui perangkat keras dan perangkat lunak apa saja yang digunakan selama pembuatan video.

1.5.3 Metode Pengembangan

1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, mempersiapkan segala sesuatu yang mendukung untuk produksi seperti membuat konsep video, pengambilan data, perisapan perangkat keras yang digunakan untuk mengambil data.

2. Produksi

Pada tahap produksi, dilakukan pengofahan data, pembuatan animasi 2D menggunakan perangkat lunak Windows 10 Pro 64-bit, Adobe After Effect CC, Adobe Premiere Pro CC, Adobe Audition CC, CorelDraw X7.

3. Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, dilakukan proses finishing dan pengecekan ulang sebelum diserahkan ke objek

1.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikan ringkasan mengenai isi masing-masing bab..

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori, yang dimulai dengan kajian pustaka, konsep dasar video iklan menggunakan teknik live shoot dan motion graphic, serta software-software yang akan digunakan dalam perancangan video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang profil The Journey Hotel Yogyakarta , analisis video iklan yang dibuat, analisis kebutuhan dan pembuatan video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pengujian video The Journey Hotel Yogyakarta dengan teknik live shoot dan motion graphic serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan daftar pustaka.