

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Rakosa yang selanjutnya disebut Radio RAKOSA terdaftar sebagai anggota Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) dengan nomor anggota 701-IV/1998. Program siarannya sudah diformat untuk segmen anak muda, dengan menitik beratkan pada humor, jadi sejak awal berdirinya, format siarannya telah dibuat agar memiliki unsur diferensiasi dibanding radio siaran lain yang juga mengarahkan segmennya ke anak muda. media informasi perusahaan berbentuk media social (*Facebook, Instagram, dan Twitter*) Media penyampaian informasi program acara melalui poster yang dibuat dengan sederhana. Dalam perkembangannya Rakosa akan membuat video promosi berbasis multimedia. Bidang usaha Rakosa juga mendapatkan pembuatan dari instansi lain. Serta dalam perusahaan kurangnya SDM yang menguasai multimedia. Sedangkan Rakosa ditugaskan untuk mengembangkan project video promosi yang diterima dari Pesonna Hotel yang dimana berbasis multimedia. Pesonna Hotel sendiri adalah merk dari PT Pesonna Indonesia memiliki 9 hotel hingga saat ini, antara lain Pesonna Makassar, Pesonna Pekanbaru, Pesonna Gresik, Pesonna Surabaya, Pesonna Semarang, Pesonna Tegal, Pesonna Pekalongan, Pesonna Tugu Yogyakarta, dan Pesonna Malioboro Yogyakarta. Untuk pengelolaan gedung perkantoran dan aset-aset Pegadaian, PT Pesonna Indonesia Jaya berperan menjadi jasa konstruksi dan manajemen gedung. Penginapan bintang empat ini, Hotel Pesonna adalah hotel milik BUMN yang tengah berkembang. Mengusung konsep Halal, Hotel Pesonna menjadi alternatif akomodasi bagi wisatawan muslim yang ingin berwisata dengan nyaman, dilengkapi mushola yang nyaman di public area, staff yang ramah dan menutup aurat, serta alat salat di setiap kamar. Hotel Pesonna tidak menyediakan minuman beralkohol dan makanan yang mengandung bahan-bahan yang tidak halal. Lokasinya cukup strategis karena dekat dengan Jl.Malioboro, Stasiun Tugu dan Keraton Yogyakarta. Namun dalam beberapa bulan kemarin pihak hotel

mengklaim bahwa jumlah pengunjung dan omset penjualan yang menurun dan jauh dari target yang diharapkan, hal ini disebabkan karena media informasi yang dibuat seperti postingan fasilitas yang disediakan oleh hotel yang telah disebarluaskan di akun media sosial milik perusahaan, poster promo special tahun baru, dan video promosi yang sudah tidak uptodate dan masyarakat banyak yang terpaku dengan media informasi yang belum uptodate tersebut. Perusahaan mengharapkan media informasi yang menarik serta uptodate agar masyarakat tertarik dan ingin berkunjung ke Pesonna Hotel. Serta perusahaan mengharapkan dengan adanya media promosi yang uptodate dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan omset penjualan perusahaan yang sempat menurun beberapa minggu lalu. Dari permasalahan tersebut maka pihak Pesonea Hotel meminta Rakosa untuk membuat video promosi yang menarik dan berbasis multimedia yang akan ditayangkan di berbagai media social.

Media video promosi berbasis multimedia yang menggunakan teknik live shoot sebagai solusi untuk dijadikan media penyampaian informasi dan sebagai media mempromosikan Pesonna Hotel yang ada di Yogyakarta agar masyarakat mengetahui tentang informasi terbaru yang ada di Pesonna Hotel dan akan disebar luaskan melalui media social milik perusahaan. Video Promosi yang menarik serta menggunakan teknik live shoot diharapkan akan menarik perhatian masyarakat atau wisatawan yang menyaksikannya. Karena di Rakosa kurangnya SDM yang bisa multimedia maka pihak Rakosa menawarkan kepada penulis untuk membuat.

Dari latar belakang diatas maka penulis merekomendasikan untuk membuat video promosi hotel yang menggunakan teknik live shoot sebagai media penyampaian informasi serta media mempromosikkan Pesonna Hotel yang ada di Yogyakarta. Dengan menggunakan teknik live shoot diharapkan agar video promosi yang dibuat dapat menarik perhatian masyarakat khususnya wisatawan lokal untuk berlibur ke Pesonna Hotel.

## 1.2 Tujuan

Tujuan yang ingin diraih dalam tugas akhir ini adalah mempromosikan Pesonna Hotel yang berada di Yogyakarta melalui video promosi dengan teknik live shoot sebagai media penyampaian informasi.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat disimpulkan sebuah permasalahan yaitu: "Bagaimana mempromosikan Pesonna Hotel menggunakan teknik live shoot?".

## 1.4 Batasan Masalah

Untuk mempersingkat laporan tugas akhir ini, maka dibuat batasan-batasan sebagai berikut:

- a. sasaran video promosi adalah semua masyarakat khususnya wisatawan lokal yang hendak berlibur akhir tahun di Yogyakarta
- b. Video promosi dikerjakan menggunakan software after effect cc 2018 ,adobe photoshop dan adobe premier cc 2017.
- c. Video promosi menggunakan teknik motion graphic terbaru yang pastinya akan menarik perhatian bagi siapa saja yang menyaksikannya.
- d. Video promosi menggabungkan teknik live shoot .
- e. Media mempromosikkan video akan dilakukan menggunakan sosial media seperti *facebook, Instagram, youtube dan twitter* milik Pesonna Hotel dan Rakosa
- f. Kualitas video yang dihasilkan adalah HDTV 720p 24 High Quality Video, 1280 x 720 Video Size dengan type data (.mp4)
- g. Video berdurasi 1 menit

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam pemahaman terhadap penulisan Tugas Akhir ini, maka pembahasan ini dibagi dalam beberapa bab sesuai dengan dasar teori permasalahan.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi tentang uraian mengenai latar belakang masalah, tujuan penelitian, rumusan masalah, batasan masalah dan sistematika penulisan.

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

Landasan teori memberikan uraian dari teori dasar dalam pembuatan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada diobyek penelitian. Teori dasar yang diambil dari literatur, data-data, serta informasi yang di dapat dari narasumber yang terkait.

### **BAB III : TINJAUAN UMUM**

Pada bab tinjauan ini berisikan tentang tinjauan umum dari deskripsi objek, hasil pengumpulan data, analisis kebutuhan dan bagian alur pembuatan video promosi dengan teknik Live Shoot.

### **BAB IV : PERANCANGAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi uraian tentang tahapan-tahapan pembuatan video dari perancangan, penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak yang akan di gunakan dalam pembuatan video promosi Pesonna Hotel Malioboro dari sesi pra produksi sampai menjadi video promosi.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran, di sini penulis menoba menarik kesimpulan tentang pembuatan video promosi yang berkaitan dengan Penulisan Tugas Akhir.