

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara konsep *timelapse* adalah teknik fotografi yang terdiri dari perpaduan gambar-gambar yang digabungkan sehingga akan menjadi sebuah video. *Timelapse* dihasilkan dari gabungan beberapa gambar yang diambil berdasarkan rentang waktu tertentu atau interval tertentu untuk menghasilkan efek percepatan pergerakan. Agar video tidak terlihat monoton maka akan digunakan juga teknik *liveshoot* agar dapat menyampaikan pesan dari video iklan yang dibuat.

Iklan yang akan ditayangkan melalui media televisi, diharapkan akan mudah tersampaikan kepada konsumen. Melalui iklan, perusahaan dapat menciptakan hubungan interaksi jangka panjang yang menguntungkan antara perusahaan dengan konsumen. Iklan merupakan pesan suatu merek, produk, atau perusahaan yang disampaikan kepada audiens melalui media.

Televisi mempunyai kemampuan mempengaruhi bahkan membangun persepsi konsumen dengan kuat, sehingga konsumen lebih percaya pada perusahaan yang mengiklankan di televisi dari pada media lain. Dengan audio dan tekstur gambar, televisi seakan jalan mudah untuk menyampaikan iklan produk baru kepada konsumen. Sehingga konsumen lebih nyaman menyimak iklan yang disajikan oleh perusahaan produk baru tersebut.

Cyka Raya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan. Letaknya yang berada di tengah kota dan juga tidak jauh dari akses wisata dapat

memudahkan para pengunjung. Banyak fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh Hotel Cyka Raya. Namun untuk saat ini media penyampaian hanya terbatas melalui media sosial dan brosur.

Oleh karena itu penulis bermaksud untuk menambah media promosi dari Hotel Cyka Raya dengan membuat *iklan* dengan media televisi agar dapat lebih banyak menarik minat masyarakat. Oleh sebab itu, diharapkan dengan *iklan* ini, penyampaian sarana dan fasilitas jadi lebih mudah diterima. Karena media promosi sebelumnya masih menggunakan media sosial, diharapkan dengan menggunakan televisi dapat menjangkau semua kalangan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah “Bagaimana cara merancang dan membuat *iklan* menggunakan teknik *Timelapse* dan *Liveshoot* pada Hotel Cyka Raya Yogyakarta?”.

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan *Iklan* ini menggunakan software *Adobe After Effect CC 2017*, *Adobe Photoshop CS 6*, *Adobe Premiere CC 2017*, *Adobe Audition CS 6* dan *Adobe Lightroom CC 2015*.
2. Menggunakan *format file video .mp4* dengan durasi video ± 35 detik akan ditayangkan pada televisi lokal Yogyakarta RBTv

3. Menggunakan teknik *timelapse* dan *liveshoot*.

1.4 Maksud dan Tujuan

Maksud dalam penelitian ini adalah untuk syarat kelulusan Strata I Jurusan Informatika di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

Adapun tujuan laporan skripsi ini adalah untuk :

1. Menggunakan teknik *timelapse* dan *live shoot* dalam pembuatan video iklan sebagai sarana promosi pada Hotel Cyka Raya
2. Mengetahui proses pembuatan *iklan* dengan menggunakan software *Adobe After Effect CC 2017*, *Adobe Photoshop CS 6*, *Adobe Premiere CC 2017*, *Adobe Audition CS 6* dan *Adobe Lightroom CC 2015*.
3. Bagi penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata I Informatika pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Metode Penelitian

Dalam pembuatan skripsi metode penelitian yang digunakan dalam perancangan animasi ini yaitu metode pengumpulan data kualitatif dengan mencari referensi atau menganalisis dokumen-dokumen apa saja yang ingin di tampilkan obyek dalam pembuatan *iklan* tersebut.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Hal ini dilakukan penulis dengan mencari referensi dari buku dan sumber informasi yang berkaitan dengan judul penelitian sebagai acuan dalam pelaksanaan kegiatan dan penyusunan laporan.

2. Pengamatan

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung seluruh ruang lingkup Hotel Cyka Raya baik dari ruang dan fasilitas penunjang yang ada, tujuan pengamatan yaitu untuk memudahkan penulis dalam merancang storyboard pada proses pembuatan iklan

3. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pihak management Hotel Cyka Raya untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dalam pembuatan skripsi.

4. Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku, peraturan, laporan kegiatan, foto, video, dan data yang relevan dengan penelitian.

1.5.2 Metode Analisis

Dalam metode ini penulis membandingkan kekurangan dan kelebihan cara promosi lama dengan yang baru. Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT yang meliputi : strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang), dan threat (ancaman).

1.5.3 Metode Perancangan

Penulis menggunakan perancangan dengan melakukan tahapan pertama dalam pembuatan *Video Iklan* yaitu tahap pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat *Video Iklan* meliputi ide konsep, merancang isi iklan, dan membuat *storyboard*.

1.5.4 Metode Pengembangan

Pada tahapan ini dilakukan pengimplementasian bahan-bahan yang telah dikumpulkan pada tahap pra produksi. Dimulai dengan tahap produksi yaitu, pengambilan gambar dan perekaman suara sesuai dengan *storyboard*. Kemudian tahap selanjutnya yaitu , editing , memeriksa hasil editing sementara, jika hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan proses rendering dan dilanjutkan dengan penyerahan atau penyiaran.

1.5.5 Metode Pengujian

Penulis melakukan *testing* terhadap *Video Iklan* dengan menayangkan film tersebut kepada teman, pemilik hotel atau dosen pembimbing untuk mengetahui apa kekurangan dalam iklan tersebut.

1.5.6 Metode Implementasi

Penulis melakukan implementasi penayangan *Video Iklan* di stasiun televisi yaitu RBTv.

1.6 Sistematika Penulisan

Supaya penulisan ini terarah dan tersusun dengan baik maka secara garis besar sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menerangkan tentang masalah-masalah apa saja yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tinjauan pustakan dan uraian tentang teori yang digunakan oleh penulis sebagai dasar pembuatan media iklan

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan iklan televisi pada Hotel Cyka Raya Yogyakarta.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan proses Pembuatan *Iklan* Dengan Teknik *Timelapse dan Live Shoot*. Mulai dari tahap produksi, penerapan teknik, dan paska produksi.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi tentang kesimpulan dan saran yang disampaikan untuk menyempurnakan penulisan laporan.

