

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu dan teknologi mempermudah individu ataupun kelompok dalam menyampaikan informasi. Salah satu perkembangan teknologi yang cukup pesat yakni di bidang teknologi informasi berbasis multimedia. Dengan adanya multimedia, manusia dimudahkan karena dapat berinteraksi dengan komputer melalui media teks, audio dan video sehingga informasi yang disajikan akan lebih jelas dan memiliki daya tarik. Video Iklan merupakan salah satu media informasi yang mampu memberikan informasi yang ingin disampaikan.

Hotel Tjiptorini Jaya merupakan salah satu hotel yang berada di daerah Yogyakarta yang beralamat di Jl. Ampta, Tempel, Caturtunggal, Kec. Depok, Daerah Istimewa Yogyakarta. Tjiptorini Jaya Hotel sendiri berniat untuk memaksimalkan jumlah wisatawan yang menginap di Tjiptorini Jaya Hotel. Maka dari itu iklan dalam bentuk video diyakini dapat menarik lebih banyak wisatawan, karena dengan gabungan suara dan gerakan membuat iklan tampak lebih hidup dan menimbulkan rasa kepercayaan dari wisatawan. Tjiptorini Jaya Hotel telah mengupayakan berbagai macam usaha untuk mempromosikan hotel, tapi hasil yang diharapkan dirasa masih kurang maksimal.

Berdasarkan uraian diatas, maka judul penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Tjiptorini Jaya Hotel Yogyakarta” Untuk berupaya semaksimal mungkin membuat sebuah iklan televisi untuk menginformasikan Tjiptorini Jaya Hotel dikalangan masyarakat luas pada umumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana merancang dan membuat video iklan untuk Hotel Tjiptorini Jaya Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, maka penulis perlu membatasinya. Adapun beberapa batasan masalah yang digunakan dalam Skripsi ini adalah sebagai berikut.

1. Video iklan ini akan berisikan informasi penting mengenai Hotel Tjiptorini Jaya.
2. Pembuatan video iklan melalui tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi.
3. Video iklan ini dapat dipergunakan oleh pihak Hotel Tjiptorini Jaya dalam penyampaian informasi melalui saluran Televisi maupun Youtube.

4. Target audience dari video iklan ini ditujukan untuk masyarakat luas, khususnya yang ingin berlibur ke Yogyakarta.
5. Video berformat H.264 – MP4 dengan resolusi 1920 x 1080p.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Menghasilkan media informasi berupa video iklan pada Hotel Tjiptorini Jaya, yang dapat digunakan sebagai media informasi bagi masyarakat luas.
2. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana program studi STRATA-I di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
3. Memperkenalkan Tjiptorini Jaya Hotel Yogyakarta, agar masyarakat tertarik untuk berkunjung.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini antara lain:

a. Bagi Penulis

Menemukan metode penguangan Informasi secara efektif dan kompleks melalui Bahasa visual yang tepat dan sebagai tambahan pengalaman bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang didapat selama duduk dibangku kuliah, serta menambah pengetahuan tentang dunia perhotelan.

b. Bagi Target Audience

Dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai Hotel Tjiptorini Jaya.

1.6 Metode Penelitian

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

a. Metode Pangumpulan Data

1. Metode Observasi

Dalam mendapatkan informasi yang valid untuk pembuatan video iklan, maka penulis menemui pihak yang bersangkutan yaitu Pak Gregorius Yodansa sebagai anak dari owner di Tjiptorini Jaya Hotel Yogyakarta yang beralamat di Jl. Ampta, Tempel, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, pada Bulan November 2018 untuk mendapatkan informasi yang terkait mengenai Tjiptorini Jaya Hotel Yogyakarta.

2. Metode Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data, kemudian data-data yang didapat dari hasil wawancara akan dipertimbangkan untuk dimasukkan kedalam video iklan. Dalam wawancara penulis menemui Pak Gregorius Yodansa, sebagai anak dari owner di Tjiptorini Jaya Hotel Yogyakarta yang beralamat di Jl. Ampta, Tempel, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, pada Bulan November 2018 untuk mendapatkan

informasi yang terkait mengenai Tjiptorini Jaya Hotel Yogyakarta.

3. Metode Studi Literatur

Penelitian ini mengacu pada studi pustaka, internet, maupun referensi lain dari berbagai sumber yang valid dan terpercaya yang berkaitan dengan Video Iklan. Data yang didapat dari studi literatur ini akan digunakan sebagai acuan untuk membuat kuesioner penelitian.

b. Metode Analisis

Peneliti akan menggunakan model analisis SWOT dan analisis kebutuhan dalam proses identifikasi pada penelitian ini.

c. Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode perancangan dengan melakukan tahap pembuatan iklan yaitu tahap pra produksi. Pada tahap ini dilakukan sebuah persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video iklan, meliputi menentukan ide, mengumpulkan data sampai pembuatan *storyboard*.

d. Metode Pengembangan

Penulis menggunakan metode pengembangan dalam melakukan tahap produksi yang meliputi perekaman video hingga editing video. Setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi review, pemberian backsound dan pengisian *voice over* sebagai narasi

pada video iklan, hingga tahap akhir berupa *rendering* dan implementasi.

e. Metode Implementasi

Metode implementasi dilakukan dengan cara mengiklankan video di Televisi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika Penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data serta sistematika penulis.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, dasar-dasar editing video, dasar-dasar efek visual film dan software yang digunakan dalam proses editing video.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan mengenai sejarah, perancangan iklan yang dibuat, gambaran umum tentang iklan, membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan dalam membuat sebuah iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan, tahap analisis, implementasi, desain, dan hasil implementasinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang membangun dari seluruh bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh bahasan sekaligus manfaat dan kelebihan iklan serta kelemahan iklan yang dibuat

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi referensi-referensi yang digunakan sebagai landasan pembuatan skripsi ini.

LAMPIRAN

