

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan pola pikir manusia senantiasa berubah ditunjang dengan kemajuan teknologi informasi sehingga menghasilkan ide-ide kreatif untuk menggunakan berbagai macam teknologi salah satunya *Multimedia*. *Multimedia* merupakan teknik yang memanfaatkan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, *audio*, gambar bergerak (*video* dan animasi) dengan menggabungkan *link* dan *tool* agar pemakai dapat berinteraksi serta berkomunikasi.[1] Dengan teknologi informasi, khususnya teknologi berbasis *Multimedia* diharapkan bisa memberi peranan penting dalam proses penyaluran informasi. Informasi disebarluaskan dan dipromosikan melalui banyak cara salah satunya dalam bentuk *video*. Dalam bidang publikasi khususnya, *video company profile* menjadi salah satu *media* pendukung dalam penyampaian informasi dan promosi yang efektif.

*Video company profile* adalah gambaran informasi secara rinci mengenai seseorang atau sebuah instansi perusahaan yang telah mencapai suatu pencapaian kesuksesan, dalam hal produksi atau hasil karya yang telah dihasilkan dan diterima di kalangan masyarakat umum. Informasi tersebut disebarkan berbentuk *audio visual* atau *video*. [2] Media ini juga digunakan sebagai *marketing tool* yang memiliki peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan karena dapat mempersingkat pertemuan konsumen dan mempresentasikan visi dan misi perusahaan.

*Live shot* adalah serentetan perekaman tentang orang-orang, atau makhluk hidup lainnya, paling tidak ada satu atau lebih karakter yang diperankan oleh seseorang atau beberapa orang yang kemudian menciptakan suatu adegan yang dramatik, yang dipadu dengan kejadian dramatik lainnya dan disusun pada suatu proses *editing*, dan semuanya ini apabila disatukan dapat menciptakan sebuah alur cerita yang bisa membuat penontonnya terhanyut.[3]

*Motion graphic* telah melampaui metode-metode seperti hasil rekaman mentah sebuah ilusi pergerakan dari sebuah gambar/objek yang diam (*frame by frame*) dan gambar bergerak (animasi). Dewasa ini komputer mampu memperhitungkan dan mengacak perubahan dalam sebuah citra untuk menciptakan ilusi akan gerakan dan perubahan. Animasi komputer mampu menggunakan ruang informasi lebih kecil (memori komputer) dengan membuat sebuah animasi pergerakan (*tweening*) secara otomatis, proses *rendering* perubahan-perubahan utama sebuah citra dalam sebuah waktu yang ditentukan.[4]

Hotel Grand Keisha merupakan salah satu perusahaan swasta, bergerak di jasa perhotelan. Hotel Grand Keisha memiliki beberapa kelas kamar, diantaranya: *Deluxe Double, Deluxe Twin, Junior Suite dan Executive Suite*. Hotel Grand Keisha, dalam tahapan promosi saat ini bisa dibilang masih kurang karena masih menggunakan cara *konvensional*, seperti promosi masih menggunakan brosur yang hanya diberikan kepada tamu yang mengunjungi hotel saja. Media yang dilakukan saat ini dirasa sudah cukup, akan tetapi ada beberapa keunggulan-keunggulan pada hotel ini yang tidak bisa ditampilkan melalui media cetak seperti

mekanisme pelayanan, suasana yang dimiliki hotel, fasilitas, dan lain sebagainya.

Dari latar belakang masalah diatas Hotel Grand keisha membutuhkan *video company profile* sebagai media promosi. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memfokuskan penelitian mengenai "Perancangan dan Pembuatan *Video company profile* Sebagai Media Promosi Pada Hotel Grand Keisha Yogyakarta", yang akan dirancang dengan menggabungkan teknik *live shot* dan teknik *motion graphic*. Melalui pengemasan visualisasi akan mampu menyampaikan informasi kepada masyarakat luas yang berhubungan dengan Hotel Grand Keisha secara jelas dengan beberapa gambaran umum yang menjelaskan keunggulan seperti mekanisme pelayanan, fasilitas, sarana dan lain sebagainya. Cara menggunakan *video company profile* ini sebagai salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas dan memberikan pelayanan untuk konsumen.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yakni, "bagaimana membuat *Video Company Profile* Hotel Grand Keisha Yogyakarta sebagai Media Promosi?".

## 1.3 Batasan Masalah

1. *Video* profil ini menggunakan penggabungan teknik *live shot* dan *motion Graphic*.
2. Objek penelitian *video* profil ini adalah Hotel Grand Keisha Yogyakarta.

3. Target durasi maksimal 7 menit.
4. Materi yang diuji dari penelitian ini adalah faktor *multimedia* dan informasi.
5. Target penayangan pada media online Youtube, di upload oleh channel penulis.
6. Tahap penelitian berakhir ketika *video* diserahkan ke Hotel Grand Keisha Yogyakarta.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- A. Membuat *video* profil yang menjelaskan visi dan misi, mekanisme pelayanan, fasilitas, sarana dan lain sebagainya yang ada pada Hotel Grand Keisha.
- B. Membantu Hotel Grand Keisha Yogyakarta meningkatkan kualitas promosi dan informasi.
- C. Membantu Masyarakat yang ingin mengetahui tentang Hotel Grand Keisha Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

- A. Bagi Peneliti

Menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta pada bidang IT dan *multimedia* dengan menggunakan aplikasi *multimedia* seperti Adobe Premiere dan Adobe After Effects.

## B. Bagi Masyarakat

Diharapkan masyarakat dan calon konsumen dapat mengenal dan mengetahui informasi tentang Hotel Grand Keisha.

## C. Bagi Hotel Grand Keisha Yogyakarta

Dapat membantu Hotel Grand Keisha Yogyakarta dalam mempromosikan dan mempresentasikan visi dan misi, mekanisme pelayanan, fasilitas dan lainnya kepada calon konsumen ataupun kepada masyarakat.

### 1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah *Multimedia Development Life Cycle*. Adapun beberapa metode lainnya dilakukan, sebagai berikut:

#### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

##### 1. Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan oleh penulis dengan cara melakukan pengamatan langsung di Hotel Grand Keisha Yogyakarta pada bulan oktober tahun 2017 untuk memperoleh data yang diperlukan untuk menulis penelitian ini.

##### 2. Metode Wawancara

Melakukan tanya jawab secara langsung dengan Tegas Kalbudi selaku *Graphic Designer* di Hotel Grand Keisha Yogyakarta untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang Hotel Grand Keisha Yogyakarta.

### 3. Metode Studi Pustaka

Pengambilan referensi materi dan data-data sebagai dasar teori pembuatan *video* di dapat dari buku-buku maupun di internet.

#### 1.6.2 Metode Analisis

Metode yang digunakan peneliti untuk menguraikan permasalahan yang terdapat pada kasus yang diteliti, meliputi analisis terhadap masalah *video editing* yang berjalan, analisis hasil solusinya, analisis kebutuhan *video*, dan analisis kelayakan *video* atau disebut dengan metode analisis SWOT.

#### 1.6.3 Metode Evaluasi

Setelah pembuatan *video company profile* selesai diproduksi, penulis akan mengevaluasi hasil *video* tersebut ke pihak Hotel Grand Keisha Yogyakarta, proses ini merupakan tahap akhir sebelum pihak Hotel Grand Keisha Yogyakarta menyetujui dan menerima penerapan *video company profile* tersebut.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun sistematis yang terdiri dari lima bab dan masing-masing bab diuraikan sebagai berikut :

#### **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 merupakan pengantar untuk memahami permasalahan yang akan di bahas yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB III      IMPLEMENTASI DAN PERANCANGAN**

Bab ini berisi tentang profil umum Hotel Grand Keisha Yogyakarta, analisis, dan perancangan *video* profil, pra produksi, story board, dan naskah.

## **BAB IV      IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang proses penerapan teknik-teknik yang dipakai untuk membuat *video* profil dengan menggunakan beberapa software yang telah ditentukan.

## **BAB V      PENUTUP**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari proses pembuatan *video* profil Hotel Grand Keisha Yogyakarta dan berisi saran perbaikan untuk kedepannya.