

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang periklanan, khususnya periklanan dalam media televisi bagi perusahaan jasa yang sangat diperlukan. Iklan televisi adalah sesuatu yang sudah biasa kita lihat dalam kehidupan sehari-hari. Dengan media televisi iklan bisa diterima dengan jelas, karena media televisi menggunakan berbagai komposisi seperti, video, audio, gambar, dan text.

Saat ini, Di kota Yogyakarta terdapat banyak hotel yang mewah dan menjamur mulai dari harga yang murah, menengah, dan mahal dengan fasilitas yang nyaman dan lengkap seperti *free wifi*, *swimming pool*, *gymnastic*, *billiard*, dan *live music*. The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta sebagai hotel yang lumayan baru dan mempunyai fasilitas yang lengkap memberikan nuansa yang nyaman serta pelayanan yang memuaskan untuk para tamu hotel, namun saat ini media penyampaian informasi tentang hotel The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta masih sebatas pada jejaring sosial.

Dengan latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "*Perancangan dan Pembuatan Animasi Motion Graphic Pada The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta*" dan berupaya semaksimal mungkin membuat sebuah iklan televisi yang diharapkan dapat memperluas promosi dan publikasi dari The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu bagaimana membuat iklan televisi untuk promosi The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta dengan menggabungkan teknik *Motion Graphic* ?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian ini hanya dibatasi pada :

1. Video iklan The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta ini dibuat dengan penerapan teknik *Motion graphic* sebagai sarana promosi.
2. Video iklan berisi tentang fasilitas yang dimiliki The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta.
3. Teknik yang dipakai dalam pembuatan iklan adalah *Motion Graphic*.
4. Durasi dan format mengikuti aturan TV lokal.
5. Iklan ini ditayangkan pada TV lokal.

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Memperkenalkan The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta kepada masyarakat luas melalui video iklan.
2. Membuat video iklan sebagai sarana promosi The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta dengan menggunakan teknik *Motion Graphic*.

3. Menerapkan ilmu yang telah didapat selama masa studi di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi penulis
  - a. Dapat menambah pengetahuan atas teori yang diajarkan khususnya pengetahuan yang menyangkut perancangan iklan televisi.
  - b. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program SI Sistem Informasi STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Manfaat bagi The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta
  - a. Memberikan gambaran dan masukan kepada The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta tentang periklanan televisi.
  - b. Menambah media promosi bagi The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam pembuatan karya ini, antara lain :

1. Metode Pengumpulan Data
  - a. Metode Observasi  
Penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu berupa kelebihan yang diajukan oleh manajer pemasaran dan beberapa angel kompisisi untuk

kebutuhan pengambilan gambar untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

b. Metode Wawancara

Peneliti melakukan tanya jawab langsung kepada PR Department The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta bidang periklanan yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta untuk memperoleh data yang kongkrit dan lengkap sebagai bahan analisa penelitian.

c. Metode Perpustakaan

Cara dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah dan lain-lainnya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah pembuatan suatu iklan televisi.

2. Metode Analisis

Mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan dalam iklan televisi sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya serta membahas kebutuhan *software* dan *hardware* yang digunakan dalam penelitian.

3. Metode Perancangan

Tahap ini merupakan gambaran bagaimana iklan dibentuk sesuai dengan rancangan yang telah dibuat meliputi ide konsep hingga pembuatan *storyboard*.

#### 4. Implementasi

Menayangkan sebuah video iklan untuk ditayangkan di televisi.

Tahap ini meliputi pengoreksian dan penayangan iklan.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

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

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti dan tentang perangkat lunak yang mendukung pembuatan iklan televisi untuk media informasi, seperti konsep dasar iklan.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab III menguraikan tentang ide cerita, *storyboard*, serta tema pada implementasi teknik *motion graphic* pada video iklan The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab IV memuat tentang langkah atau proses pada pembuatan video iklan The Sahid Rich Jogja Hotel Yogyakarta menggunakan teknik *motion graphic*.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab V berisi kesimpulan dari proses pembuatan iklan televisi dan saran untuk perbaikan penulisan laporan yang telah dibuat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

