

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, image, perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Dimana dengan adanya promosi diharapkan seseorang dapat mengetahui, mengakui, memiliki, dan mengikatkan pada suatu barang, jasa, produk, image, atau perusahaan yang menjadi sasarannya. Tidak hanya media cetak sebagai media promosi. Saat ini media promosi menggunakan video juga banyak digunakan. Teknik *motion graphic* dalam pembuatan video iklan sangatlah menarik dimana teknik *motion graphic* memvisualkan suatu bersifat ilustrasi dan imajinatif namun dapat menginformasikan produk secara jelas.

OYO Indah Homestay merupakan badan usaha yang menyediakan penginapan yang nyaman dan bersih. OYO Indah Homestay didirikan oleh Endah PurwantiPutri pada tahun 2020 berlokasi di Jl. Randu No.100, Sanggrahan, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Usaha ini menyediakan penginapan dengan harga terjangkau namun dengan pelayanan ramah dan tempat yang bersih dan nyaman.

Berdasarkan peninjauan yang dilakukan penulis pada objek ini, penulis menemukan bahwa saat ini OYO Indah Homestay melakukan promosi produk jasanya hanya melalui aplikasi saja, dan kebutuhan konten berupa video untuk mengilustrasikan kondisi, layanan, fasilitas, harga dan juga alamat yang dapat juga digunakan sebagai media promosi hotel kurang detail. Aplikasi yang digunakan selama ini adalah aplikasi OYO dengan memposting hasil kerja berupa foto. Penulis berharap dengan membuat video promosi dengan menggunakan ilustrasi gambar yang menarik dan detail dapat meningkatkan pengetahuan pembaca

tentang hotel OYO Indah Homestay dengan menggunakan Instagram Jogjaviwiews sebagai platform promosi digital diharapkan Hotel OYO Indah Homestay lebih dikenal luas di masyarakat.

Dari permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul "Pembuatan Iklan Animasi 2D *Motion Graphic* Sebagai Media Promosi

OYO Indah Homestay". Dalam Penelitian ini diharapkan mampu menyampaikan informasi tentang OYO Indah Homestay secara jelas dan tepat sasaran.

1.1 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka penulis mencoba merumuskan masalah "Bagaimana Membuat Media Promosi OYO Indah Homestay Menggunakan Teknik *Motion Graphic*?"

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam pembuatan Video Iklan pada OYO Indah Homestay Sebagai Media Promosi adalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian media promosi ini adalah OYO Indah Homestay.
2. Materi video berisi tentang informasi tarif, fasilitas dan layanan.
3. Video promosi akan ditayangkan di sosial media hotel yang bersangkutan.
4. Media promosi dibuat dengan berdurasi kurang lebih 01.04 menit.
5. Video promosi membahas tentang informasi jasa ditawarkan oleh OYO Indah Homestay.
6. Video promosi akan di evaluasi menggunakan skala likert.
7. Tahap penelitian berakhir sampai media promosi diserahkan pada pihak OYO Indah Homestay.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai masalah yang telah dirumuskan dan telah diidentifikasi maka tujuan penelitian ini adalah menghasilkan media promosi OYO

Indah Homestay yang dapat digunakan untuk mempromosikan hotel sehingga mampu meningkatkan pelanggan untuk menginap di hotel OYO Indah Homestay.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Pihak Objek

1. Memberikan informasi kepada pelanggan tentang OYO Indah Homestay.
2. Membantu menyumbang media promosi yang diharapkan dapat memvisualisasikan layanan hotel kepada pelanggan.

1.4.2 Bagi Peneliti

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Universitas Amikom Yogyakarta
2. Memantapkan ilmu bidang multimedia yang didapat selama mengikuti pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mempermudah dalam proses penelitian penulis membagi Metode Penelitian menjadi beberapa bagian dalam pengolahan data dan kebutuhan informasi yang digunakan antara lain :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, peneliti menggunakan metode sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Metode observasi adalah cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti dan pencatatan secara cermat dan sistematis yang diperlukan dalam

melakukan penelitian.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan sistem pengumpulan data dengan mengadakan dan melakukan tanya jawab langsung dengan pemilik OYO Indah Homestay untuk memperoleh informasi dan data yang diperlukan.

3. Metode Literatur

Metode ini sendiri dilakukan dengan mempelajari teori tentang video iklan dan teknik pembuatan video yang bersumber dari buku, artikel, internet, jurnal, dan laporan penelitian terlebih dahulu.

1.5.2 Metode Perancangan

Metode perancangan video iklan ini akan dilakukan dengan menerapkan sistem produksi multimedia, yaitu:

1. Pra Produksi (*Tema, Naskah, dan Storyboard*)
2. Produksi (*Pembuatan Aset*)
3. Pasca Produksi (*Compositing, Editing, Rendering*)

1.5.3 Evaluasi

Dalam tahap evaluasi dilakukan pengujian informasi. Apabila ada kesalahan, media akan dibetulkan. Pada tahap ini menggunakan metode pengujian dan pembahasan informasi serta teknik yang dapat diterapkan pada video iklan hotel OYO Indah Homestay, sehingga visualisasi informasi dapat dipahami oleh audience.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pertama berisi gambaran umum penelitian yaitu, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab kedua berisikan teori yang sudah ada dan berkaitan dengan masalah penelitian yang digunakan sebagai rujukan dalam menulis naskah skripsi.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ketiga menjelaskan tentang profil singkat OYO Indah Homestay, analisis, dan pembahasan tentang perancangan media promosi.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisi tentang proses pembuatan media promosi berupa video yang dibuat dan dijelaskan juga tahapan produksi dan tahapan pasca produksi.

BAB V. PENUTUP

Bab terakhir berisi tentang garis besar atau kesimpulan serta saran perbaikan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas penulis agar menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi.