

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta, didapatkan hasil bahwa pihak Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta meminta untuk dibuatkan sebuah iklan televisi untuk mempromosikan Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta. Karena menurut pihak Hotel, iklan televisi sebagai sarana komunikasi yang kini tidak asing lagi bagi masyarakat luas, merupakan sarana yang efektif untuk mempromosikan kepada masyarakat tentang keberadaan Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta yang memiliki keunggulan dalam service kepada pelanggan berupa pelayanan yang ramah dan memanjakan pelanggan dengan berbagai fasilitas yang telah tersedia. Menyikapi permintaan tersebut penyusun mencoba membuat sebuah iklan dengan judul **Perancangan dan Pembuatan Iklan TV Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta.**

1.2 Rumusan Masalah

Pokok permasalahan yang ada dalam tugas akhir ini adalah : Bagaimana cara merancang dan membuat iklan TV Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta.?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dimaksudkan untuk menentukan metode atau cara dalam penelitian. Batasan masalah pada skripsi ini adalah :

1. Pembuatan iklan ini ditunjukkan pada pihak Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta khususnya sebagai media promosi.

2. Iklan yang akan dibuat, ditargetkan untuk ditayangkan di stasiun televisi lokal yaitu RBTv.
3. Konsep iklan dengan motion tracking.
4. Perancangan dan Pembuatan Iklan TV Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta ini penulis menggunakan software-software sebagai berikut : Adobe Premier Pro CS6, Adobe Audition CS6 dan Adobe Photoshop CS6.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat iklan tv Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta
2. Memenuhi persyaratan kelulusan bagi jenjang Ahli Madya Komputer AMIKOM
3. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan aplikasi nyata dengan harapan ilmu yang dipelajari bias bermanfaat dan dapat diterapkan dalam dunia nyata.
4. Dapat mengetahui unsur-unsur pembentukan multimedia, terutama dalam teknik editing dengan baik dan benar.
5. Perancangan dan Pembuatan Iklan TV Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta.
6. Menentukan masalah dan memberikan penyelesaian yang efektif dan efisien bagi Hotel *Grand Tjokro* dalam proses pemasaran
7. Mempromosikan dan mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari iklan ini antara lain:

1.5.1 Bagi Penulis

1. Memperoleh gelar Ahli Madya di bidang Manajemen Informatika.
2. Belajar menerapkan teori-teori yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan.
3. Sebagai bekal untuk siap terjun di dunia kerja.
4. Untuk menambah pengetahuan serta wawasan untuk dapat mengetahui manajemen pemasaran.
5. Mengamalkan ilmu yang sudah penulis pelajari dan peroleh di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
6. Mengasah dan mengembangkan kreatifitas diri dalam hal pembuatan dan editing Video.
7. Dapat membuat iklan untuk media televisi local dan nasional.

1.5.2 Bagi Pihak Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta

1. Sebagai media promosi Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta kepada masyarakat luas agar mudah tersampaikan.
2. Menambah nilai jual bagi Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta.

1.5.3 Bagi Pengembang / Developer

1. Mengembangkan kreasi bagi editor
2. Meningkatkan pengetahuan editor dalam hal pembuatans ekuel film, iklan multimedia, pengisian spesial effect dalam pembuatan video klip,

music atau film, presentasi multimedia dan mendesain sebuah web yang dinamis dan interaktif

1.6 Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis mengembangkan beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian Tugas Akhir ini, yaitu sebagai berikut:

1.6.1 Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan yang dilakukan di Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta. Dari metode ini diperoleh data dan informasi kegiatan atau aktivitas yang dilakukan di Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta.

1.6.2 Metode Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data, dengan cara mewawancarai Ib Indah Purnama Sari yaitu sebagai *Public Relations* pada Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta secara langsung yang menjadi sumber informasi dalam mendapatkan data berupa sejarah berdirinya Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta dan pembuatan iklan sebagai media promosi yang diperlukan Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta.

1.6.3 Metode Kepustakaan

Yaitu membaca dan mempelajari pustaka yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas. Antara lain dengan membaca buku Morissan

M.A Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Richardd E. Mayer
Multimedia Learning Prinsip-prinsip dan Aplikasi.

1.6.4 Metode Analisis Kasus

Metode ini dilakukan setelah penulis memperoleh data-data dari survei dan berdasarkan referensi yang diperoleh setelah mempelajari literatur-literatur untuk dikaji dan di implementasikan pada permasalahan yang ada.

1.7 StrukturPenulisanLaporan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang yang diteliti, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan laporan, dan jadwal kegiatan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan berbagai acuan dan bahan-bahan yang mendukung pokok pembahasan Tugas akhir, meliputi pengertian iklan televisi, tujuan periklanan televisi, definisi multimedia, pentingnya multimedia, perkembangan multimedia, dan perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan dalam pembuatan iklan televisi.

BAB III TINJAUAN UMUM

Bab ini dijelaskan mengenai sejarah singkat dan informasi yang berkaitan dengan Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta, sejarah dan perkembangan Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta, visi dan misi Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta, fasilitas di Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta, lokasi Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini dijelaskan mengenai bagaimana pembuatan iklan Hotel *Grand Tjokro* Yogyakarta. Pembahasan di mulai dari tahapan-tahapan iklan yaitu pra-produksi, produksi dan pasca produksi dari mulai membuat langkah-langkah membuat iklan, *storyboard*, membuat narasi iklan, *editing* sampai pada proses terakhir yaitu *rendering*.

BAB V PENUTUP

Bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Diuraikan mengenai keterangan dari buku-buku dan literature lain yang menjadi acuan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

