

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan merupakan suatu media alat bantu suatu perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang di tawarkan agar suatu produk atau jasa tersebut dapat di kenal oleh masyarakat. Berdasarkan mediana iklan terdiri dari dua jenis yaitu iklan media elektronik dan iklan menggunakan media cetak. Kedua jenis iklan tersebut harus sama sama di buat semenarik mungkin agar mudah di kenang atau diingat dan agar dapat di terima oleh masyarakat. Salah satu contoh iklan media elektronik adalah televisi. Berbagai bentuk usaha, mulai dari usaha eceran, hingga perusahaan multinasional mengandalkan iklan televisi untuk meningkatkan pemasaran produk dan jasa mereka kepada masyarakat.

Mie Ayam Mas Yudi merupakan salah satu tempat makan yang terdapat di yogyakarta, dimana saat ini masih menggunakan brosur dalam promosinya, maka dari itu Mie Ayam Mas Yudi agar lebih di kenal dan meningkatkan penjualan, membutuhkan media promosi berupa iklan televisi. Promosi ini di harapkan masyarakat mengetahui tempat makan yang asik, menu makanan yang lezat, sehat, dan harga yang kompetitif menjadi tempat tujuan keluarga, mahasiswa, dan semua khalayak masyarakat yang mempunyai kesenangan dalam dunia kuliner.

Berdasarkan permasalahan tersebut penyusun mencoba membuat sebuah iklan dengan judul "**Pembuatan Iklan Mie Ayam Mas Yudi sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia**".

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat iklan Mie Ayam Mas Yudi yang kreatif sehingga di kenal oleh masyarakat?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Pembuatan iklan ini ditunjukan pada pihak Mie Ayam Mas Yudi khususnya sebagai media promosi.
2. Iklan yang akan dibuat, ditargetkan untuk ditayangkan di stasiun televisi lokal.
3. Pembuatan iklan Mie Ayam Mas Yudi sebagai media promosi berbasis multimedia" ini penulis menggunakan software-software sebagai berikut : Adobe Premier pro CC dan Adobe After Effects Pro CC.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Pembuatan iklan Mie Ayam Mas Yudi sebagai media promosi berbasis multimedia.
2. Menentukan masalah dan memberikan penyelesaian yang efektif dan efisien.

1.5 Manfaat Penelitian

Bagi Peneliti

- 1) Mengembangkan ilmu yang diperoleh selama masa study sehingga peneliti tidak hanya menguasai secara teori namun juga bisa mengaplikasikan dalam dunia nyata.
- 2) Mampu membuat iklan untuk membantu dalam mempromosikan produk yang di jual.

Bagi Perusahaan

- 1) Menambah nilai jual bagi Mie Ayam Mas Yudi
- 2) Sebagai media promosi Mie Ayam Mas Yudi kepada masyarakat luas agar mudah tersampaikan.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha untuk memperoleh data yang benar, relevan dan sesuai dengan kebutuhan permasalahan yang dihadapi, maka diperlukan metode pengumpulan data yang tepat guna tercapainya tujuan dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan antarlain :

1.6.1 Metode Observasi

Penulis mengamati langsung objek penelitian untuk memperoleh segala macam informasi yang berkaitan dengan pembuatan iklan televisi.

1.6.2 Metode Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pegawai yang berguna untuk mengetahui sejauh mana permasalahan yang ada di objek penelitian.

1.6.3 Metode Kepustakaan

Penulis mengumpulkan berbagai macam sumber informasi baik berasal dari literatur dan buku penunjang konsep teori yang berkaitan dengan pembuatan iklan televisi.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan tentang : latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, sistematika penulisan dan tahapan pelaksanaan kegiatan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan tinjauan pustaka yang menguraikan teori-teori mengenai dunia periklanan televisi serta perangkat lunak yang digunakan dalam proses pembuatan iklan.

BAB III : PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menguraikan mengenai tinjauan umum dari objek, rincian biaya pembuatan iklan dan perancangan iklan (tahap paska produksi).

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tahap produksi, tahap paska produksi, dan pembahasan mengenai iklan yang telah dibuat.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang dapat diberikan dari laporan tugas akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang menjadi referensi/acuan dalam penyusunan tugas akhir ini.

LAMPIRAN

Berisi tentang atau data yang di butuhkan untuk melengkapi dan menerangkan pokok bahasan.

