

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

MiMea Salad merupakan salah satu toko salad bar yang ada di Yogyakarta. Masalah yang dihadapi adalah banyaknya Salad Bar yang ada di Yogyakarta dan MiMea Salad kurang diketahui banyak orang. Saat ini, keberadaan MiMea Salad belum banyak diketahui masyarakat Yogyakarta. Mimea Salad merupakan industri kuliner salad yang sedang berkembang di wilayah Yogyakarta. Untuk memasarkan produk salad yang dihasilkan, Mimea menggunakan media sosial Instagram. Namun, menurut Mimea Salad, promosi yang dilakukan belum cukup dan tidak maksimal karena kurangnya pemahaman terhadap pengelolaan Instagram.

Multimedia merupakan kombinasi teks, seni, suara, gambar, animasi, dan video yang disampaikan dengan komputer atau dimanipulasi secara digital dan dapat disampaikan atau dikontrol secara interaktif. Multimedia memberikan hasil yang luar biasa apabila seluruh elemen digabungkan. Multimedia juga memanfaatkan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan link atau *tool* yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi [1].

Oleh karena itu, sebagai salah satu alternatif, maka dalam penelitian ini akan dibangun suatu penelitian yang berjudul yaitu Pembuatan Iklan MiMea Salad Sebagai Media Promosi. Dengan adanya media iklan ini diharapkan perluasan informasi tentang MiMea Salad dapat lebih efektif, mampu meningkatkan minat para pembeli dan dapat memperluas pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah, yaitu bagaimana membuat iklan MiMea Salad sebagai media promosi dengan teknik *Live Shoot*?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan iklan video menggunakan teknik *Live Shoot*.
2. Video iklan MiMea Salad berdurasi 1 menit.
3. Video iklan ini dibuat untuk ditayangkan di *social media* Instagram.
4. Hasil akhir format dari video ini adalah file MP4.
5. Video iklan ini dibuat dengan menggunakan *software* Adobe Premiere.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan Strata I pada jurusan Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta
2. Memperkenalkan MiMea Salad pada masyarakat.
3. Membuat promosi produk-produk yang ada di MiMea Salad lebih efektif dan efisien untuk menarik konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat bagi penulls

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mendapatkan pembelajaran serta ilmu yang didapat selama menempuh studi di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Memahami dampak dari pembuatan media promosi menggunakan video iklan.

1.5.2 Manfaat bagi perusahaan

Manfaat dari penelitian ini bagi perusahaan adalah untuk:

1. MiMea Salad dikenal luas oleh masyarakat.
2. Sebagai Media Promosi dari MiMea Salad.

1.6 Metode Penelitian

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 berbagai metode dalam penelitian skripsi ini.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pada penyusunan skripsi ini ada beberapa metode yang digunakan, diantaranya :

1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian, melakukan pengamatan dan menentukan poin-poin yang akan dijadikan objek dari pembuatan iklan. Observasi dilakukan di MiMea Salad Yogyakarta.

2. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab kepada pihak dari Mimea Salad terkait informasi dan permasalahan yang akan diteliti yaitu Glorya Napitu sebagai pemilik Mimea Salad.

1.6.2 Metode Pengembangan Multimedia

Metode pembuatan iklan MiMea Salad ini adalah *live shoot*. Dalam metode ini ada beberapa tahap yang dilakukan, yaitu:

1. Tahap praproduksi
2. Tahap produksi
3. Pasca produksi

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penyusunan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode perancangan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang tinjauan pustaka pembuatan iklan, teori dasar dalam penelitian ini yaitu iklan, media sosial, konsep dasar multimedia dan teknik pengambilan kamera.

BAB III ANALISIS DAN PERENCANAAN

Bab ini berisikan tentang profil dari MiMea Salad, pembahasan mengenai ide cerita, storyboard dan penjelasan tentang perancangan dan pembuatan iklan (praproduksi).

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang implementasi dari pembuatan video iklan dan hasil perancangan iklan pada MiMea Salad.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada proses pembuatan skripsi ini.