

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

MAN Model Jambi merupakan salah satu Madrasah Model dari 35 Madrasah Aliyah Model yang ada di Indonesia, yang mulai dirintis dan dikembangkan oleh Departemen Agama RI melalui Proyek Pengembangan Madrasah Aliyah atau DMAP (*Development of Madrasah Aliyah Project*) pada tahun 1998 yang keberadaannya berfungsi sebagai percontohan, pusat sumber belajar, dan pusat pemberdayaan yang menumbuhkan kemandirian bagi madrasah dan masyarakat sekitarnya[1]. MAN Model Jambi yang hanya satu-satunya sekolah percontohan yang berada di provinsi Jambi, menjadikan MAN Model Jambi adalah sekolah yang berkelas provinsi.

Provinsi Jambi dibentuk berdasarkan Undang-Undang Darurat Nomor 19 tahun 1957, tentang Pembentukan Daerah-Daerah Swatantra Tingkat I Sumatera Barat, Jambi dan Riau, yang kemudian ditetapkan menjadi Undang-Undang Nomor 61 tahun 1958 (Lembaran Negara Tahun 1958 Nomor 112), yang terdiri dari 5 Kabupaten dan 1 Kota. Pada tahun 1999, dilakukan pemekaran terhadap beberapa wilayah administratif di Provinsi Jambi melalui Undang-undang Nomor 54 tahun 1999 tentang pembentukan Kabupaten Sarolangun, Kabupaten Tebo, Kabupaten Muaro Jambi dan Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Selanjutnya

¹ Sambutan kepala sekolah MAN Model Jambi, <http://manmodel-jambi.sch.id/> , diakses 13 November 2014, jam 05.10 WIB

melalui Undang-undang nomor 25 tahun 2008, tentang Pembentukan Kota Sungai Penuh, sehingga sampai tahun 2010, secara administratif Provinsi Jambi menjadi 9 Kabupaten dan 2 Kota.[2].

Menurut Dedi Purwandi guru seni MAN Model Jambi, selama ini MAN Model Jambi memberikan informasi kepada masyarakat melalui mulut ke mulut. didalam analisisnya, beberapa kelemahan melalui mulut ke mulut tersebut diantaranya jangkauan yang sempit, informasi yang diberikan tidak lengkap, tidak akurat dan kurang menarik.

Periklan merupakan penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengomunikasikan informasi persuasif tentang produk ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat. Iklan mempunyai berbagai macam bentuk yang dirancang untuk mencapai berbagai macam tujuan (penjualan seketika, pengenalan, merk, preferensi, dan sebagainya)[3].

Dewasa ini teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan sangat banyak, terkadang hampir sama dan kadangkala merupakan kombinasi dari beberapa teknik. Gaya kombinasi merupakan gabungan dari berbagai teknik untuk mengeksekusi pesan dalam iklan. Kebanyakan iklan televisi yang bagus menggunakan gaya kombinasi[4]. Salah satu teknik yang dapat dikombinasikan adalah teknik *live shoot* kamera dan animasi 3D dengan sentuhan dramatisasi.

² Profil, letak wilayah dalam provinsi Jambi, <http://jambiprov.go.id/index.php?letluaswil> , diakses 13 November 2014, jam 05.13 WIB.

³ M. Suyanto, 2005, Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia, Hal. 3

⁴ Ibid., Hal. 138

Dramatisasi merupakan gaya eksekusi yang baik untuk iklan televisi. Tujuan penggunaan drama adalah untuk memberi gambaran kepada penonton terhadap peran suatu produk atau jasa[5].

MAN Model Jambi sebagai sekolah berbasis agama yang dirancang dengan orientasi modern, seyogyanya menggunakan fasilitas teknologi Informasi untuk mempromosikan sekolah, khususnya dengan iklan televisi. Dalam hal ini, jika MAN Model Jambi bisa melakukan hal itu, maka MAN Model Jambi akan menjadi sekolah berbasis agama khususnya di Jambi yang pertama kali mensosialisasikan keunggulannya menggunakan iklan televisi. Dampak positifnya adalah MAN Model Jambi sudah satu langkah lebih maju dibandingkan sekolah lain. Ini tentu akan dapat menjaring jumlah siswa lebih banyak lagi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penyusun merumuskan masalah yaitu: Bagaimana merancang iklan televisi Madrasah Aliyah Negeri Model Kota Jambi sebagai media promosi menggunakan teknik *live shoot* dan animasi 3D?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia ke dalam lingkup lebih kecil:

⁵ Ibid., Hal. 136

- a. Iklan ini dibuat untuk Madrasah Aliyah Negeri Model Kota Jambi sebagai media promosi dalam bentuk video.
- b. Iklan televisi akan dibuat dengan durasi 60 detik.
- c. Pembuatan iklan menggunakan teknik *live shoot* kamera dan animasi 3D.
- d. *Software* yang digunakan adalah
 - i. Adobe Premiere Pro CS6,
 - ii. Adobe After Effect CS6,
 - iii. Adobe Auditions CS6,
 - iv. Adobe Photoshop CS6,
 - v. Autodesk 3Ds Max.

1.4 Tujuan Penelitian

Merancang iklan televisi Madrasah Aliyah Negeri Model Kota Jambi sebagai media promosi menggunakan teknik *live shoot* dan animasi 3D.

1.5 Metode Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan dalam membangun iklan televisi ini meliputi:

a. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Dalam hal ini, pengamatan diadakan secara langsung di Madrasah Aliyah Negeri Model Kota Jambi.

b. Metode Wawancara

Yaitu dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung terhadap pihak terkait dengan masalah yang diteliti.

c. Metode Kepustakaan

Yaitu dengan perolehan data dari buku-buku yang telah diterbitkan yang merupakan sumber pengetahuan teori mengenai cara pembuatan iklan.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan secara teoritis tentang konsep dasar iklan dan perancangan iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini diuraikan dan dijelaskan tahap praproduksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan tahap memproduksi iklan dan menjelaskan pascaproduksi iklan.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran dari hasil pembuatan iklan akan diuraikan dalam bab ini.

