

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

kebutuhan akan sebuah informasi yang berkualitas sangatlah diperlukan, perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang periklanan, khususnya periklanan dalam media televisi.

Dalam sebuah periklanan tentunya sangat tepat jika menggunakan media yang lebih komunikatif untuk menginformasikan suatu produk baik jasa maupun barang, periklanan televisi menggunakan berbagai komposisi seperti, audio, video, gambar, dan text.

Madrasah Ibtidiyah Al-Anwar Pangkalan Banteng merupakan salah satu Sekolah Muslim Swasta yang berkembang, terletak di Karangmulya, Pangkalan Banteng, Kabupaten Kotawaringin Barat, Kalimantan Tengah 74183. dengan berbagai promosi dan publikasi untuk memberikan informasi tentang Madrasah Ibtidiyah Al-Anwar kepada masyarakat luas terutama di Kalimantan tengah.

Madrasah Ibtidaiyah Al-Anwar Pangkalan Banteng Sendiri menggunakan spanduk untuk mempromosikan, Cara Promosi ini di rasakan masih kurang efektif sehingga perlu di buatkan suatu cara promosi dengan menggunakan Iklan Televisi, oleh karna itu dalam proses perencanaan Iklan Televisi harus dilakukan dengan konsep dan strategi yang matang untuk menghasilkan design yang menarik, komunikatif, menciptakan kesan modern

Tarik tersendiri. Multimedia dengan bentuk Iklan bertujuan agar memudahkan masyarakat untuk mengetahui berita informasi – informasi di sekolah Madrasah Ibtidaiyah Al-Anwar Pangkalan Banteng.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana merancang dan membuat Iklan Televisi untuk menginformasikan Madrasah Ibtidaiyah Al Anwar pangkalan banteng Kalimantan tengah ?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup kedalam lingkup lebih kecil:

1. Iklan Madrasah Ibtidaiyah Al Anwar ini berdurasi 30 detik.
2. Iklan ini berisi tentang informasi dan kegiatan Madrasah Ibtidaiyah Al-Anwar Pangkalan Banteng
3. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan adalah *live shoot*.
4. Menggunakan format *file* video .mp4 dengan kualitas Full HD 1080p dengan resolusi 1920x1080p dan 25 *frame per second*.
5. Penelitian ini hanya sampai uji coba iklan kepada pihak yaysan terkait, yaitu Ketua Yayasan dan kepala sekolah Madrasah Ibtidaiyah Al Anwar, pangkalan banteng.
6. Penelitian ini dilakukan di Madrasah Ibtidaiyah Al-Anwar Pangkalan Banteng.

7. Sumber data resmi di ambil dari Ketua Yayasan Dan Kepala Sekolah Madrasah Ibtidaiyah Al Anwar Pangkalan banteng.
8. Sofware yang digunakan adalah Adobe Premire Pro, Adobe After Effect, Adobe Photoshp .

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana program studi STRATA-1 di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Membuat iklan televisi sebagai media promosi dan informasi pada Madrasah Ibtidaiyah Al-Anwar Pangkalan Banteng.
3. Membantu Madrasah Ibtidaiyah Al-Anwar Pangkalan Banteng untuk memberi informasi tentang Kelebihan Madrasah Ibtidaiah Al Anwar ke pada calon calon murid dan diharapkan dapat bertambah jumlah Peminat yang ingin mendaftar di Madrasah Ibtidaiah Al Anwar.
4. Sebagai penerapan pengembangan ilmu yang didapat dalam perkuliahan selama masa studi di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

Adapun maksud yang ingin disampaikan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

Memperkenalkan Madrasah Ibtidaiyah Al-Anwar Pangkalan Banteng ke masyarakat luas pada umumnya.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian iklan televisi ini diharapkan dapat menarik minat dan mempunyai daya Tarik tersendiri bagi setiap orang yang melihat video ini.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan masalah yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan adalah:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti.

1.6.1.2 Metode Wawancara

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung yang berdasarkan pada tujuan penelitian dengan objek yang diteliti untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

1.6.1.3 Metode Kepustakaan

Dengan mengambil bahan-bahan dan pengumpulan data dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan masalah yang di teliti agar dalam proses pembuatan sistem tidak terjadi *failed* data atau kekurangan data yang ingin diinput serta dalam pembuatan sistem.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitanya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan televisi untuk media informasi, seperti konsep dasar iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tentang analisis dan perancangan iklan televisi secara umum, serta segala kelebihan dan kekurangan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoperasian iklan dan implementasi dari iklan yang sudah dibuat.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses pembuatan dan perancangan iklan TV dan berupa saran untuk perbaikan media yang dihasilkan untuk masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi-referensi yang telah dipakai sebagai acuan dan penunjang untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara praktis maupun secara teoritis.