

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi yang sudah meningkat begitu pesat, maka media iklan pun ikut berkembang yang dulunya menggunakan media cetak sekarang iklan telah menggunakan video, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dibidang periklanan banyak orang maupun perusahaan menggunakan video iklan sebagai media promosi. Hal ini dapat dibuktikan dari data statistik aktivitas pengguna internet tertinggi adalah membuka situs jejaring sosial [1].

Periklanan adalah bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang sangat bermanfaat untuk membantu suatu instansi dalam mencapai tujuannya. Mengingat sangat pentingnya periklanan bagi suatu instansi, maka dalam proses pembuatan iklan harus dibuat secara cermat dan terencana yang memperhatikan hal-hal yang bisa membuat sebuah iklan menjadi efektif. Iklan dapat dikatakan baik jika mampu memberikan informasi yang mudah dipahami oleh masyarakat (konsumen) guna mendapatkan tanggapan yang positif. Dalam tahun-tahun terakhir pengiklanan telah meningkat secara signifikan seiring juga dengan berkembangnya teknologi dan berkembangnya media elektronik yang begitu pesat, iklan merupakan sarana untuk membantu pemasaran yang efektif guna menjalin komunikasi antara perusahaan atau instansi dengan konsumen dalam menghadapi pesaing [2].

Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Yogyakarta (MTsN 1 Yogyakarta) adalah salah satu instansi pemerintah di bawah naungan Departemen Agama yang bergerak dibidang pendidikan, berlokasi di Jl. Kemendungan No.566, Giwangan, Kec.Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55163. Selama ini Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Yogyakarta masih menggunakan media cetak dalam melakukan periklanan sekolah. Dari media yang digunakan tersebut masih memiliki banyak kekurangan. Hal ini dapat dilihat dari tidak adanya peningkatan jumlah siswa pendaftar 3 tahun lalu hingga sekarang. Sedangkan pihak sekolah sudah menyediakan jalur penerimaan peserta didik baru melalui prestasi dan nilai, serta menyediakan juga kelas tambahan. Maka dari itu dibutuhkan media lain untuk promosi guna mencukupi kuota siswa yang disediakan. Penulis mengusulkan untuk merancang dan membuat iklan sebagai media promosi menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* untuk meningkatkan kualitas iklan dari sekolah.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan suatu masalah yaitu, "Bagaimana merancang dan membuat iklan sebagai media promosi menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic* pada Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Yogyakarta?".

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Pembuatan iklan sebagai media promosi dibuat untuk Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Yogyakarta (MTsN 1 Yogyakarta).

2. Berisikan tentang informasi mengenai Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Yogyakarta (MTsN 1 Yogyakarta)
3. Hasil akhir pembuatan video iklan menggunakan format .mp4
4. Menggunakan software Coreldraw X7, Adobe Audition, Adobe Premiere, dan Adobe After Effect.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan penulis melakukan penelitian ini sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Strata 1 di Universitas Amikom Yogyakarta Merancang dan membuat iklan sebagai media promosi di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Yogyakarta (MTsN 1 Yogyakarta).

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Yogyakarta (MTsN 1 Yogyakarta) untuk membantu mempromosikan sekolah kepada masyarakat luas.
2. Bagi Akademik :
  - a. Dapat digunakan sebagai referensi materi dan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya.
  - b. Berguna untuk menambah keilmuan khususnya pada bidang Sistem Informasi yang berhubungan dengan pembuatan video iklan.
3. Bagi Mahasiswa :
  - a. Memperoleh gelar Sarjana Komputer.

- b. Mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan.
- c. Untuk menambah kreativitas dalam menciptakan sebuah karya dengan memanfaatkan teknologi komputer dan menambah ilmu pengetahuan.

## **1.6 Metode Penelitian**

Untuk melakukan penelitian penulis mengumpulkan data untuk memecahkan suatu masalah yang ada, metode yang digunakan adalah :

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Metode Observasi**

Metode ini dilaksanakan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung kepada pihak objek yang akan diteliti dengan tujuan mengumpulkan data secara lengkap, tepat, dan akurat.

#### **2. Metode Wawancara**

Melakukan tanya jawab kepada pihak objek berkaitan dengan tujuan dilakukannya penelitian. Serta menyampaikan hasil akhir dari isi penelitian.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Metode ini menganalisis masalah-masalah yang dihadapi saat Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Yogyakarta masih menggunakan media cetak sebagai promosi, metode ini menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, and Threat*).

### **1.6.3 Metode Pengembangan**

Pada tahap ini peneliti melakukan pengembangan iklan yang akan dibuat meliputi sebagai berikut :

1. Pra produksi adalah suatu langkah melakukan produksi, dari menentukan konsep, synopsis, naskah hingga menentukan pencahayaan.
2. Produksi, pada proses ini diawali dari merekam visual maupun audio sesuai dengan script dan konsep yang telah dirancang dari awal.
3. Pasca Produksi adalah proses editing video, proses menyusun dan menata hasil rekaman gambar agar menjadi satu kesatuan berdasarkan teks naskah yang sudah dirancang di awal.

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Susunan sistematika penulisan sebagai berikut :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menerangkan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang mendasari dalam merancang dan membuat iklan sebagai media promosi.

##### **BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bagian bab ini adalah menjelaskan tentang objek penelitian, alur penelitian, menjelaskan tentang metode analisis yang digunakan sesuai dengan permasalahan yang ada.

##### **BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang pembuatan sebuah video iklan dari tahap produksi, pasca produksi hingga tahap pengujian video iklan.

#### BAB IV : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari penyusunan skripsi.

