

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Video merupakan salah satu media yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Pesatnya pertumbuhan teknologi dan informasi, memacu para produsen untuk bersaing memperebutkan pasar, sehingga menyebabkan munculnya persaingan diantara mereka. Video adalah teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Saat ini, video sering kita temukan dalam kehidupan sehari-hari misalnya video yang digunakan untuk iklan atau promosi. Hal tersebut dapat terlihat bahwa iklan video mempunyai karakteristik khusus yaitu kombinasi gambar, suara, dan teks animasi sehingga mempunyai daya tarik yang tinggi.

Sekolah Menengah Atas (SMA) UII Yogyakarta adalah sekolah dengan konsep pendidikan yang sama dengan sekolah pada umumnya. Saat ini, media promosi yang digunakan SMA UII Yogyakarta adalah pamflet, brosur, dan spanduk yang dirasa sudah cukup bagus dalam menampilkan profil sekolah tersebut. Akan tetapi, banyak informasi yang membutuhkan ilustrasi-ilustrasi gerak yang tidak bisa dijelaskan melalui *live shoot* seperti kurikulum, metode pembelajaran yang digunakan dan program kerja sekolah yang menjadi keunggulan dari SMA UII Yogyakarta dibanding dengan sekolah lain. Program kerja SMA UII Yogyakarta yaitu peningkatan mutu akademik dan non akademik. Tujuan program tersebut yaitu siswa lulusan SMA UII Yogyakarta harus hafal jus 30 bebas buta huruf al-qur'an, siswa lulusan SMA UII Yogyakarta menjadi

sekolah yang unggul dalam penguasaan bahasa Inggris dengan nilai UN minimal 55, dan siswa lulusan SMA UII Yogyakarta bisa diterima di perguruan tinggi yang terakreditasi A.

Penulis memunculkan adanya penggunaan teknik video dan motion grafik untuk mengilustrasikan manfaat-manfaat dan dampak dari kurikulum, metode pembelajaran, dan program kerja yang diterapkan sekolah tersebut, karena dalam program kerja tersebut terdapat ilustrasi yang menjelaskan dampak-dampak metode pembelajaran dan program kerja sekolah bagi seluruh warga sekolah tersebut. Kemudian, *live shoot* digunakan untuk menampilkan keadaan nyata ketika sekolah sedang melakukan kegiatan tersebut ataupun kegiatan ekstrakurikuler yang ada.

Dari uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk membuat media promosi dengan judul "*Pembuatan Video Company Profile SMA UII Yogyakarta Sebagai Media Promosi*".

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka diambil suatu rumusan masalah, yaitu "*Bagaimana cara membuat video sebagai media promosi Sekolah Menengah Atas (SMA) UII Yogyakarta?*"

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Iklan ini hanya menampilkan informasi tentang Sekolah Menengah Atas (SMA) UII Yogyakarta.

2. Durasi yang ditampilkan dalam iklan ini adalah 2 menit 30 detik.
3. Media penunjang untuk iklan ini adalah media sosial.
4. Pembuatan video ini hanya mencakup kegiatan, lingkungan sekolah, dan proses belajar mengajar di SMA UII Yogyakarta.
5. Pembuatan video ini di uji dengan menilai isi informasi video dan tampilan video.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Membuat iklan Sekolah Menengah Atas (SMA) UII Yogyakarta.
2. Sebagai syarat untuk wisuda dan mencapai gelar Ahli Madya.
3. Membantu pihak SMA UII dalam mempromosikan sekolahnya.
4. Memperluas pengetahuan masyarakat tentang Sekolah Menengah Atas (SMA) UII Yogyakarta.
5. Menarik siswa-siswi untuk mendaftar Sekolah Menengah Atas (SMA) UII Yogyakarta.
6. Meningkatkan kualitas pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) UII Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Mengaplikasikan ilmu yang telah penulis dapatkan dari perkuliahan serta sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapat gelar Ahli Madya Manajemen Informatika.

2. Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa dalam bentuk laporan Tugas Akhir dan dapat pula digunakan sebagai referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk laporan Tugas Akhir bagi mahasiswa yang sedang mengambil Tugas Akhir.

3. Bagi Sekolah Menengah Atas (SMA) UII Yogyakarta

Dapat dimanfaatkan sebagai media pengenalan dan media promosi sehingga dapat menarik para siswa-siswi dan wali murid.

4. Bagi Masyarakat Umum

Menambah pengetahuan masyarakat tentang Sekolah Menengah Atas (SMA) UII Yogyakarta.

1.6 Metode Pengumpulan Data

1. Survey / Observasi

Mengunjungi Sekolah Menengah Atas (SMA) UII Yogyakarta sebagai objek penelitian.

2. Interview

Melakukan tanya jawab dengan Kepala Sekolah dan Guru secara langsung.

3. Dokumentasi (Kearsipan)

Melakukan dokumentasi rencana kerja, dokumentasi kegiatan yang dikerjakan, dokumentasi hasil kerja, dokumentasi hasil akhir dalam bentuk laporan ataupun software yang siap digunakan.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I – PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan laporan penelitian, hingga jadwal rencana kegiatan penelitian.

BAB II – DASAR TEORI

Menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan pembuatan video iklan.

BAB III – TINJAUAN UMUM

Berupa gambaran umum tentang Sekolah Menengah Atas (SMA) UII Yogyakarta, analisa sistem yang ada saat ini, analisa biaya dan manfaat, dan analisa yang lain yang terkait dengan pembuatan iklan.

BAB IV – PEMBAHASAN

Membahas tentang rancangan dan implementasi Iklan yang dikerjakan, urutan-urutan pekerjaan mulai dari pengambilan gambar, editing dan rendering video iklan.

BAB V – PENUTUP

Menyampaikan kesimpulan (jawaban dari rumusan masalah yang terdapat di Bab I), saran penggunaan terhadap objek penelitian dan saran pengembangan Iklan agar lebih baik dari yang sekarang.

DAFTAR PUSTAKA