

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Citra buruk sekolah swasta sebagai tempat pembuangan sekolah negeri serta tempat sekolah anak-anak yang kurang pintar dan manajemen yang tidak bagus membuat orang tua enggan menyekolahkan anaknya di sekolah swasta. MADRASAH ALIYAH ASSALAFIYYAH merupakan sekolah yang berbasis di pesantren Yogyakarta sejak pada 28 Maret 2013. Dengan sekolah yang tergolong baru sekolah ini sangat dibutuhkan sebuah strategi pemasaran terutama dalam menaikkan citra sekolah swasta dan serta berbagai informasi layanan yang menjadi daya tarik kepada masyarakat luas.

Salah satu cara sekolah untuk meningkatkan persaingan adalah dengan menggunakan iklan dalam menyampaikan informasi sekolah kepada masyarakat luas. Video memiliki peranan penting dalam persaingan sekolah. Kelebihan video adalah menarik indera dan menarik minat, karena kekuatan utama video terletak pada teks, gambar, suara, serta ide yang kreatif. Dengan perkembangan teknologi saat ini, iklan menjadi salah satu faktor pendukung dalam proses pemasaran suatu produk, karena dapat meningkatkan kualitas dalam penyampaian informasi, sehingga banyak perusahaan yang mulai berlomba-lomba memperkenalkan dan memasarkan produk mereka melalui media periklanan digital salah satunya berupa video.

Dalam video iklan, teknik *motion graphic* menjadi elemen penting yang harus ada. Elemen-elemen grafis yang dapat berupa teks atau image yang bergerak secara dinamis tersebut memiliki arti penting selain memberi nilai keindahan, juga berfungsi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut. Dalam penyampain dan penayangan video iklan bisa dilakukan dengan berbagai cara dalam media seperti videotron, televisi, dan media sosial.

Melihat latar belakang diatas, mendorong penulis untuk membuat sebuah media promosi melalui multimedia yang berupa video iklan sehingga dapat membantu dalam memberikan gambaran dan kemudahan kepada calon wali murid tentang informasi dan layanan fasilitas yang terdapat di sekolah MADRASAH ALIYAH ASSALAFIYYAH.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka pokok pembahasan masalah yang akan diselesaikan pada penelitian ini yaitu : Bagaimana membuat sebuah video iklan televisi Madrasah Aliyah Assalafiyah Yogyakarta sebagai media promosi ?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian pada masalah yang telah dipaparkan, maka diperlukan batasan masalah agar tepat sasaran dan sesuai tujuan. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini ditujukan untuk Madrasah Aliyah Assalafiyah yang selanjutnya akan digunakan sebagai media promosi ke media digital (televisi).

2. Iklan ini berupa gabungan *live shot (Green Screen)* dan *motion graphic*.
3. Iklan Televisi ini menggunakan aplikasi Adobe After Effect CC dalam pembuatan animasi, Adobe Illustrator CS 6 dalam pembuatan karakter, ilustrasi dan beberapa *design graphics*, untuk menyatukan beberapa video menggunakan Adobe Premiere CC ,dan Media Player Classic untuk melihat hasil jadi (proses *rendering*).
4. Menginformasikan program sekolah, lokasi,dan hasil lulusan Madrasah Aliyah Assalafiyah pada masyarakat.
5. Video Iklan Televisi ini hanya sebatas untuk diberikan kepada objek dan penayangannya selanjutnya menjadi kewenangan Madrasah Aliyah Assalafiyah.
6. Video Iklan Televisi ini dapat di kembangkan oleh objek.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menghasilkan suatu Video Iklan Televisi ini sebagai media promosi Madrasah Aliyah Assalafiyah.
2. Membantu Madrasah dalam proses promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

1. Penerapan ilmu pengetahuan yang pernah diperoleh saat kuliah.

2. Pembuatan karya ilmiah sebagai bukti turut berperan serta dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang keilmuan IT dan multimedia.
3. Prasyarat kelulusan program studi Strata 1 jurusan Sistem Informasi UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S. Kom).

1.5.2 Bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta

1. Dokumentasi karya ilmiah mahasiswa dalam bentuk laporan Skripsi maupun rancangan iklan televisi.
2. Referensi penulisan karya ilmiah dalam bentuk laporan Skripsi / Tugas Akhir bagi mahasiswa yang sedang mengambil Skripsi / Tugas Akhir.

1.5.3 Bagi Masyarakat

1. Dapat memperoleh informasi mengenai kurikulum madrasah Aliyah Assalafiyah.

1.5.4 Bagi Objek Penelitian

1. Sebagai media promosi madrasah Aliyah Assalafiyah.
2. Mengetahui bagaimana pembuatan iklan televisi diproduksi.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Analisis

1.6.1.1 Metode Analisis SWOT

Peneliti mengambil analisis SWOT karena sistem penyampaian yang dibuat oleh peneliti adalah yang pertama kali untuk objek, maka peneliti akan menganalisis melalui kekuatan, kekurangan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi peneliti selama sistem ini digunakan oleh objek.

Berikut tabel analisis SWOT yang akan di jabarkan oleh peneliti pada bab III :

Tabel 1. 1 Metode Analisis SWOT

INTERNAL EKSTERNAL	STRENGTHS	WEAKNESSES
OPPORTUNITIES	Strategi SO : Mengembangkan strategi dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengambil manfaat dari peluang.	Strategi WO : Mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan yang ada.
THREATS	Strategi ST : Mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan	Strategi SO : Mengembangkan suatu strategi dalam mengurangi kelemahan

	kekuatan untuk menghindari ancaman.	dan menghindari ancaman.
--	-------------------------------------	--------------------------

1.6.1.2 Metode Analisis Kebutuhan Sistem

a. Analisis Kebutuhan Sistem Fungsional

Analisis ini dibutuhkan untuk mengetahui jenis kebutuhan yang berisi proses – proses dan juga informasi apa saja yang nantinya akan dilakukan dan dihasilkan oleh sistem.

b. Analisis Kebutuhan Sistem Non Fungsional

Analisis ini dibutuhkan untuk mengetahui *software* dan *hardware* apa saja yang akan digunakan untuk membangun sistem.

c. Analisis Kebutuhan Pengguna (*Brainware*)

Analisis ini dibutuhkan untuk mengetahui sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam pembuatan video media informasi.

1.6.1.3 Metode Analisis Kelayakan Sistem

Sesuai dengan latar belakang masalah yang ada pada bab 1, maka diperlukan pembuatan video sebagai media informasi yang dapat mencakup masyarakat luas penyuluhan yang akan dilakukan.

a. Analisis Kelayakan Teknologi

Analisis kelayakan teknis ini akan dilakukan untuk mengetahui seberapa mudah sistem ini digunakan oleh objek.

b. Analisis Kelayakan Hukum

Analisis ini dibutuhkan untuk mengetahui apakah video media informasi ini sudah layak di publikasikan sesuai hukum yang berlaku.

c. Analisis Kelayakan Operasional

Analisis ini dibutuhkan untuk mengetahui apakah sistem ini telah memecahkan masalah yang terjadi pada objek.

1.6.2 Metode Perancangan

Dalam perancangan media informasi ini, butuh beberapa langkah yang harus di tempuh peneliti untuk menghasilkan video yang sesuai dengan kebutuhan. Adapun perancangan tersebut sendiri meliputi :

a. Pra – Produksi

1. Ide Cerita

Ide merupakan hal yang mendasar untuk mengembangkan sebuah karya multimedia. Biasanya ide ini akan diolah dan dikembangkan sesuai tujuan dan kreativitas guna menentukan alur cerita dalam sebuah iklan

2. Tema

Garis besar dari sebuah video yang akan diangkat

3. Naskah

Berisikan rancangan narasi, garis besar video dan *sound* yang akan digunakan untuk mempermudah peneliti dalam membuat video.

4. *Storyboard*

Storyboard adalah tahanan terakhir dari perancangan pra – produksi, tahap ini berguna untuk pengorganisasian grafik, contohnya adalah sederetan ilustrasi atau gambar yang ditampilkan berurutan untuk keperluan visualisasi awal.

b. Produksi

1. *Drawing*

Proses pembuatan sketsa gambar dari komponen yang ada pada video media informasi.

2. *Coloring*

Proses pewarnaan gambar atau tokoh.

3. *Background dan Foreground*

Proses pembuatan latar belakang tokoh atau nuansa yang akan diciptakan tiap *scene-nya*.

4. *Dubbing*

Proses *sound record* narasi agar informasi yang diberikan lebih jelas dan mudah diterima.

5. *Sound Editing*

Proses pengubahan suara, seperti menghilangkan *noise* pada *sound*.

c. Pasca Produksi

1. *Copositing*

Proses pembuatan komposisi baru untuk memulai penganimasian terhadap objek, dapat dilakukan dengan membuka software

2. *Editing*

Editing video merupakan tahap dimana pengelolaan dan pengeditan video dengan beberapa langkah seperti penggabungan video, pemotongan video, penambahan teks pengelolaan suara dan lain sebagainya.

3. *Rendering*

Proses akhir dari keseluruhan proses pemodelan ataupun animasi *computer*.

1.6.3 Metode Testing

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan dengan metode skala *likert* yaitu dengan perhitungan kuesioner yang dibagikan kepada responden.

1.7 Sistematika Penulisan

Secara sistematis, penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu pendahuluan, landasan teori, analisis dan perancangan, implementasi dan pembahasan, dan penutup.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan penelitian, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini dijelaskan dan diuraikan tentang penelitian terkait yang pernah dilakukan sebelumnya, serta menjelaskan teori-teori yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi deskripsi singkat tentang obyek penelitian, kemudian tinjauan terhadap sistem yang sedang berjalan saat ini di obyek penelitian.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan implementasi dan hasil-hasil yang diperoleh pada penelitian dan menguraikan uji coba program dari hasil penelitian beserta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini dituliskan tentang kesimpulan serta saran untuk pengembangan penelitian serupa yang akan datang

