

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) adalah pendidikan yang memberikan pengasuhan, perawatan, dan pelayanan kepada anak 3-4 tahun. Pendidikan anak usia dini adalah suatu upaya pembinaan yang ditujukan kepada anak 3 tahun sampai dengan usia 4 tahun yang dilakukan melalui pemberian rangsangan pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani agar anak memiliki kesiapan dalam memasuki sekolah dasar dan kehidupan tahap berikutnya.

Dalam praktik iklan Paud Al-ghoffar, strategi iklan yang dilakukan Paud Al-ghoffar menjadikan tantangan tersendiri bagi Paud Al-ghoffar untuk mengembangkan strategi iklannya, berbagai media cetak seperti Brosur dan spanduk, mereka pergunakan untuk menyampaikan komitmen mutu pendidikan mereka. ada beberapa hal yang menjadikan citra Paud Al-ghoffar di Candi, Ampel, Boyolali belum bisa mencapai target yang diharapkan. Hal ini disebabkan karena strategi iklan pendidikan yang masih di anggap kurang di Paud Al-ghoffar. Hal ini terlihat dari kurangnya iklan yang ada, spanduk yang kurang memadai, serta beberapa aspek vital dalam iklan pencitraan. Namun sekolah tersebut mampu membuktikan citra sekolah yang unggul dan citra yang baik di tengah masyarakat.

Dengan perkembangan serta persaingan dalam peningkatan citra lembaga pendidikan yang kian pesat, maka penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana peran strategi iklan

Pendidikan Paud Al-ghoffar di Candi, Ampel, Boyolali sebagai tempat penelitian. Disamping itu peneliti ingin mengetahui secara langsung tentang implementasi strategi iklan pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di Paud Al-ghoffar di Candi, Ampel, Boyolali

Peneliti akan membantu mempromosikan Paud Al-ghoffar di Candi, Ampel, Boyolali agar semakin dikenal dan banyak orang tua yang mendaftarkan putra-putrinya di Paud Al-ghoffar di Candi, Ampel, Boyolali. dengan membuat iklan Paud Al-ghoffar di Candi, Ampel, Boyolali dalam bentuk audio visual dan disiarkan di televisi lokal.

Berdasarkan latar belakang diatas, mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pembuatan Iklan Televisi Pada Paud Al-Ghoffar Candi Ampel Boyolali"**. Penelitian ini diharapkan menjadi media iklan untuk memperkenalkan pendidikan anak usia dini Al-Ghoffar kepada masyarakat luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu bagaimana membuat iklan TV untuk pendidikan anak usia dini Al-Ghoffar Candi Ampel Boyolali?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan pada iklan yang akan dibuat sebagai berikut :

1. Software yang digunakan Adobe primere Cs6
2. Teknik yang digunakan live shoot.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mempromosikan paud Al-Ghoffar kepada masyarakat luas.
2. Memberi wawasan tentang teknologi informasi dalam bidang multimedia khususnya dalam pembuatan iklan.
3. Dapat dijadikan acuan untuk peneliti selanjutnya dalam pembuatan iklan.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat iklan televisi sebagai media promosi paud Al-Ghoffar.
2. Menerapkan ilmu dan keahlian yang sudah dipelajari untuk membuat sebuah iklan yang memiliki nilai jual.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penyediaan data yang berbentuk informasi yang akurat dan relevan bagi pengguna, maka peneliti menggunakan 2 metode pengumpulan data yaitu :

1. Wawancara (*Interview*)

Metode ini dilakukan dengan cara penulis melakukan wawancara langsung terhadap pihak paud Al-Ghoffar untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penyusunan penelitian dan pembuatan iklan.

2. Kepustakaan

Metode ini dilakukan dengan mempelajari teori-teori yang diperoleh dari buku-buku, pustaka yang telah ada sebagai referensi dan bahan pembanding untuk penyusunan penelitian ini.

1.5.2 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan identifikasi masalah, studi kelayakan dan analisa kebutuhan terhadap iklan yang akan dibuat. Proses selanjutnya adalah dengan merancang konsep, merancang isi, merancang naskah dan merancang graphic. Setelah tahap proses identifikasi dan proses perancangan selesai dibuat, kemudian dilakukan proses produksi sesuai dengan apa yang sudah dirancang.

1.5.3 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dilakukan dengan melakukan langkah-langkah Produksi yang didalamnya terdapat pengambilan gambar, evaluasi hasil sementara, mengambil gambar kembali jika hasilnya masih belum seperti yang diharapkan. Setelah tahap ini selesai baru masuk ke tahap pasca produksi, didalamnya dilakukan editing, memeriksa hasil sementara setelah editing, kemudian jika hasil akhir sudah sesuai maka dilakukan rendering untuk melakukan packaging hasil akhir dalam format video yang diinginkan.

1.5.4 Metode Testing

Metode testing dilakukan dengan pengujian pada iklan yang dibuat. Pengujian dilakukan dengan cara evaluasi setiap proses storyboard yang dibuat, memeriksa hasil editing dan rendering.

1.5.5 Metode Implementasi

Metode implementasi dilakukan dengan menayangkan iklan pada stasiun televisi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibagi dalam beberapa bab dimana masing-masing bab terdiri dari sub-sub tertentu yang saling berkaitan. Setiap bab saling melengkapi dan berhubungan satu sama lain, sehingga dapat dipahami oleh pembaca. Untuk lebih jelasnya sistematika pembahasan tiap-tiap bab adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan secara teoritis tentang konsep dasar animasi dan multimedia, juga tentang konsep-konsep analisis dan perancangan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan diuraikan gambaran umum tentang objek penelitian, analisis masalah, analisis kebutuhan, perancangan story board, serta perancangan proses.

BAB IV IMPELEMNTASI DAN PEMBAHASAAN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses pembuatan atau produksi dan pengetesan serta evaluasi secara umum.

BAB V PENUTUP

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

